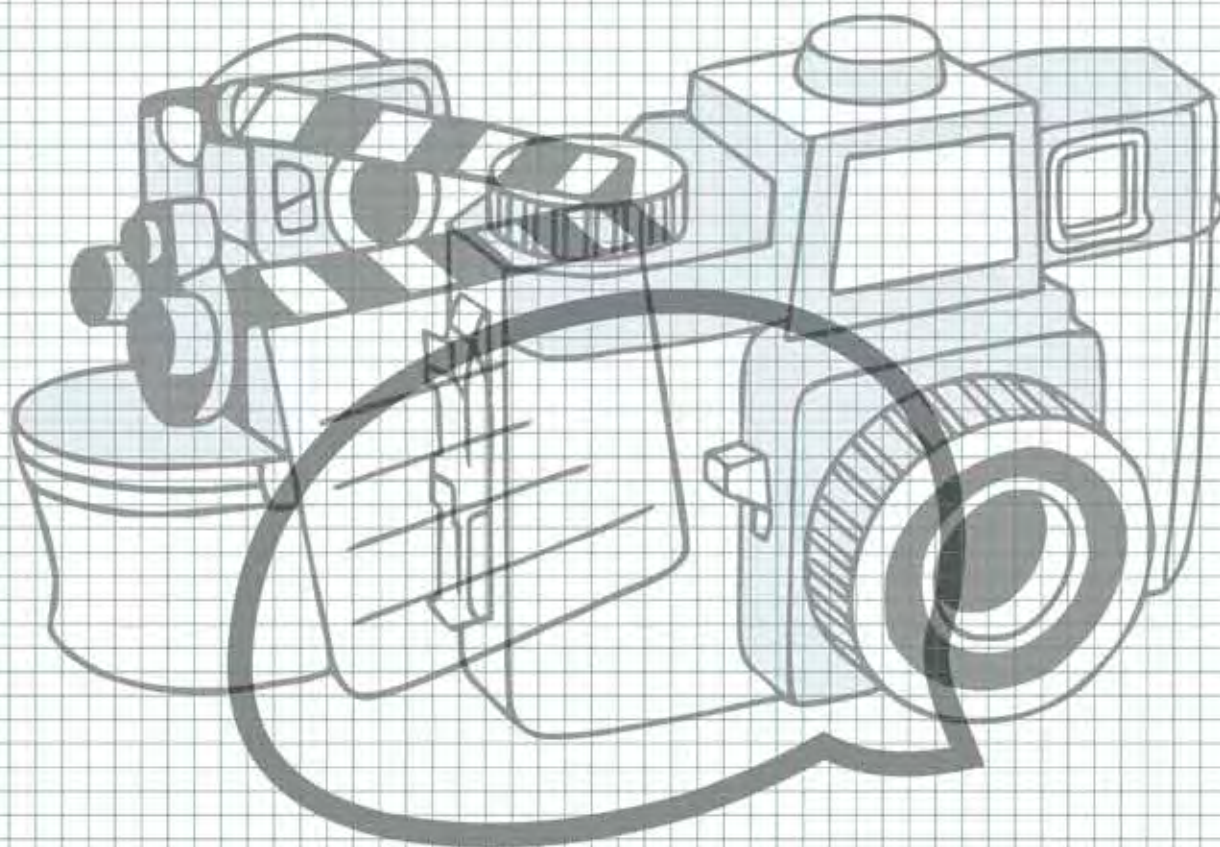




SEMINÁRIO DESIGN DE IMAGEM

DIALÉTICA DO DESIGN E SUAS INTERFACES

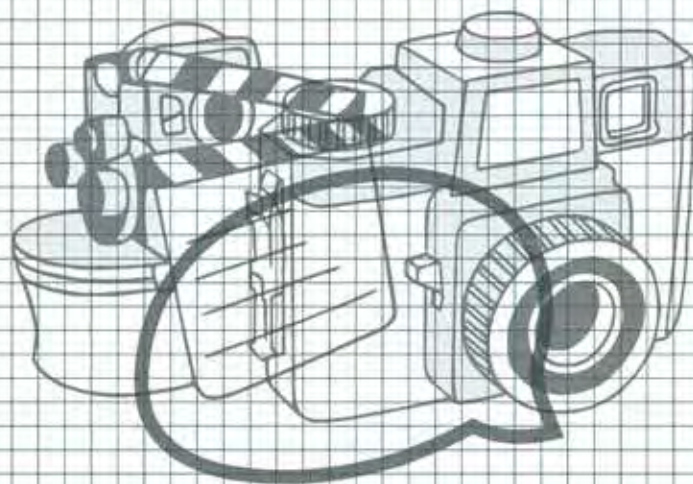
ANAIS DO SEMINÁRIO

3 a 6 de julho

CENTRO EM ESTUDOS DE DESIGN DA IMAGEM

Eliane Meire Soares Raslan
(Organizadora)





SEMINÁRIO DESIGN DE IMAGEM

DIALÉTICA DO DESIGN E SUAS INTERFACES

Eliane Meire Soares Raslan
(Organizadora)



Barbacena
Editora da Universidade do Estado de Minas Gerais - EdUEMG
2013



Universidade do Estado de Minas Gerais - UEMG

Reitor
Dijon Moraes Júnior

Vice-Reitora
Santuza Abras

Chefe de Gabinete
Eduardo Andrade Santa Cecília

Pró-Reitor de Planejamento, Gestão e Finanças
Giovânio Aguiar

Pró-Reitora de Pesquisa e Pós Graduação
Terezinha Abreu Gontijo

Pró-Reitora de Ensino
Renata Nunes Vasconcelos

Pró-Reitora de Extensão
Vânia Aparecida Costa

Editora da Universidade do Estado de Minas Gerais - EdUEMG

Avenida Coronel José Máximo, 200 - Bairro São Sebastião - CEP 36202-284 - Barbacena /MG
Tel.: 55 (32) 3052-3105 - e-mail: eduemg.uemg@gmail.com

Conselho Editorial da EdUEMG

Dijon Moraes Junior (Presidente)
Fuad Kyrillos Neto
Helena Lopes
Itiro Iida
José Eustáquio de Brito
José Márcio Barros
Paulo Sérgio Lacerda Beirão
Vânia A. Costa

Coordenação
Daniele Alves Ribeiro de Castro

Diagramação
Marco Aurélio Costa Santiago

A correção ortográfica, o conteúdo e as imagens de cada texto são de exclusiva responsabilidade dos autores.

Seminário Design de Imagem: dialética do design e suas interfaces (2013: Belo Horizonte, MG).

Anais de seminário, Belo Horizonte, Brasil, 3 a 6 de julho de 2013 / Organizadora: Eliane Meire Soares Raslan; Centro de Estudos de Design da Imagem - Escola de Design – Universidade do Estado de Minas Gerais. Barbacena, MG: EdUEMG, 2013. 308p. il.: color.

ISBN 978-85-62578-23-6

1. Design. I. Raslan, Eliane Meire Soares. II. Escola de Design – Universidade do Estado de Minas Gerais. III. Título. IV. Título: Anais de Seminário Design de Imagem.

CDU: 7.05



**3 a 6 de junho de 2013 - Centro de Estudos de Design da Imagem - Escola de Design
Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG) - Belo Horizonte**

Coordenadora

Profa. Eliane Meire Soares Raslan

Comissão organizadora dos Centros de Pesquisa

Núcleo de Quadrinhos e Ilustrações (NIQ) - Professores Eliane M. Soares Raslan e Silvestre Rondon Curvo

<http://niqeduemg.blogspot.com.br>

Núcleo de Design e Fotografia (NUDEF) – Professores Rogério de Souza e Silva e

Roxane Sidney R. de Mendonça

<http://www.mixiricafotodesign.tumblr.com/>

Arquivo de som e imagem (ASI) – Professora Marcelina das Graças de Almeida

Animação – Professores José Rocha Andrade e Rosemary Portugal G. de Souza

Cinema (NCine) – Professora Rita Aparecida C. Ribeiro

Grupos de Trabalhos (GTS)

GT 1 – ERA DIGITAL E AS NOVAS POSSIBILIDADES DE ANIMAÇÃO

Comissão responsável: Professores José Rocha Andrade e Rosemary Portugal G. de Souza

GT 2 - CINEMA DE ANIMAÇÃO E ATIVIDADES DE PRODUÇÃO

Comissão responsável: Professores José Rocha Andrade e Rosemary Portugal G. de Souza

GT 3 – ARTES VISUAIS E AS MEDIAÇÕES SOCIOCULTURAIS NOS QUADRINHOS

Comissão responsável: Profa. Eliane Meire Soares Raslan e Prof. Silvestre Rondon Curvo

GT 4 – ANÁLISE DE IMAGEM VIA ANÁLISE DO DISCURSO

Comissão responsável: Profa. Eliane Meire Soares Raslan e Prof. Silvestre Rondon Curvo

GT 5 – FOTOS, RETRATOS E AUTOREPRESENTAÇÃO DA IMAGEM

Comissão responsável: Professores Rogério de Souza e Silva e Roxane Sidney R. de Mendonça

GT 6 – NARRATIVAS E AS VÁRIAS FACES DA FOTOGRAFIA ARTÍSTICA

Comissão responsável: Professores Rogério de Souza e Silva e Roxane Sidney R. de Mendonça

GT 7 - INDÚSTRIA AUDIOVISUAL E CINEMA CONTEMPORÂNEO

Comissão responsável: Professora Rita Aparecida C. Ribeiro

GT 8 - MANIFESTAÇÕES AUDIOVISUAIS E AS PRÁTICAS DE CONSUMO

Comissão responsável: Professora Rita Aparecida C. Ribeiro

GT 9 – ARQUIVOS E ACERVOS NO ENFOQUE DA MEMÓRIA DO DESIGN

Comissão responsável: Profa. Marcelina Das Graças de Almeida

GT 10 – SOM E IMAGEM NA SUBJETIVIDADE E NA CONSTRUÇÃO DE LEMBRANÇAS

Comissão responsável: Profa. Marcelina Das Graças de Almeida

Sumário

Apresentação	7
Reminiscências de um quadrinista (Belo Horizonte, 1993-1998) Prof. Dr. Wellington Srbek	8
Uma nova perspectiva à memória institucional: Arquivos de Imagem e Som Alessandro Ferreira Costa	18
Branca de Neve e os sete anões: Um marco na história do cinema de animação Felipe de Castro Ramalho Maurício Silva Gino	27
A concepção da composição musical no cinema de animação: A associação entre o efeito visual e as canções do filme “A Bela e a Fera” Felipe de Castro Ramalho Maurício Silva Gino	37
O cinema de animação catastrófico Felipe de Castro Ramalho Maurício Silva Gino	47
Grupo Pandemônio, de Minas para o mundo Eliane Meire Soares Raslan Samanta Jovana Moura de Oliveira	57
Super-heróis internacionais desenhados por mineiros Eliane Meire Soares Raslan Marília de Aguiar Teixeira	70
Música nos Quadrinhos: Mediações e criações visuais a partir de histórias musicais Eliane Meire Soares Raslan Ágatha de Araújo Andrade	81
Design movente: analisando as interfaces entre os quadrinhos e o cinema na filmografia de Batman Carina Ribeiro Cardoso Rita Aparecida da Conceição Ribeiro	88
A cerveja, a figura feminina e a tradição: um conjunto usual analisado pelo prisma do retrô na identidade da marca de cerveja Devassa Maiana Abi-Samara Thereza Nardelli	97

Alice através do espelho digital: do livro de papel à tela interativa Uma análise comparativa entre três edições Larissa Guimarães Averbug	109
Animação Desanimada; poética em movimento de Sebastião Nunes Cássia Macieira	129
A imagem de Simão Bacamarte em <i>O alienista</i> sob o olhar dos quadrinhos Irani Gomes da Silva Ivone Gomes da Silva	141
O cinema sob a ótica da Teoria da Informação Análise do filme Amnésia Mara Martha Roberto	153
O cinema de terror enquanto tradução imagética da década de 1960 “A noite dos mortos-vivos” e a luta dos negros pelos direitos civis Renata Ramos Soares Prof ^a . Ms. Monica Fischer	164
O conto de fadas como representação do feminino nas publicidades da marca O Boticário Maira Guimarães	175
Sob o signo do silêncio: O discurso machadiano e a questão da identidade n’O Alienista em quadrinhos Lucas Piter Alves Costa	185
Termograma: O desafio de resumir em imagens as variações térmicas Dra. Sebastiana Luiza Bragança Lana Bel. José Nunes Filho Grad. Davi Neiva Alves Grad. Marina Almeida Barcellos	196
A evolução das receitas culinárias: uma discussão sobre comportamento, gênero textual e design Julia Ferreira Veado Bárbara Dias Lage	205
Análise colorimétrica de faces humanas: uma abordagem para auxílio ao reconhecimento de imagens Luciana de Sousa Santos Fernando Reiszal Pereira	214

Representação fotográfica: sua contextualização e aplicação pelo designer

Júlio César Riccó Plácido da Silva

Cibele Taralli Haddad 224

Fotografia de moda: imagem como signo e estratégia de marketing

Bárbara Dias Lage 232

O álbum da saudade: as fotografias como ornamento tumular

Marcelina das Graças de Almeida

Felipe Saldanha 243

Frankenstein

O ser contemporâneo

Michelle de Alvarenga Pinto Cotrim 254

O retrô nas telas hipermodernas

Bruna Ricaldoni de Albuquerque 263

A estética autômata do Plug-in

Wayner Tristão Gonçalves 272

Consumo sustentável de moda: a relação da estética da coleção Amazon Guardians da Osklen com o paradigma do consumo de códigos e objetos de moda

Tuany Marques Miranda

Luciana dos Santos Duarte 278

Keep Calm and Have a Moustache

Presença e ressignificação de ícones retrô como elementos de afirmação de identidade e coesão de grupo entre adolescentes

Najla Miranda Mouchrek 287

Reverendo a história: imagem e som gestão do acervo documental recolhido no Centro de Estudos em Design da Imagem da Escola de Design

Marcelina das Graças de Almeida

Luana de Oliveira Guimarães Rocha

Vanessa Cardoso Vilaça 302

Apresentação

O ***Seminário Design de Imagem*** promovido pelo Centro de Estudos em Design da Imagem ED/UEMG e organizado pelas suas áreas de pesquisa Núcleo de Quadrinhos e Ilustrações (NIQ); Núcleo de Fotografia e Design (NUDEF); Arquivo de som e imagem (ASI); Animação; e Cinema (NCine) da mesma Instituição, atualmente coordenado pela Rosemary Portugal G. de Souza, tem por objetivo promover o diálogo e a troca de experiências e conhecimentos entre estudantes, professores e profissionais da área em questão, por meio de trabalhos apresentados no Seminário, mesas redondas e palestras. O resultado deste Seminário será apresentado em um caderno de resumos listados em publicação digital. Em 2014 os melhores artigos serão publicados em um e-book com ISBN 978-85-62578-23-6, com o intuito de proporcionar um cenário abrangente do que foi discutido no evento, possibilitando assim, verificar as diversas opiniões de estudantes, pesquisadores e profissionais especializados sobre a maneira de se pensar e fazer imagem. O Seminário ocorrerá todos os anos, sendo que o primeiro ocorre neste ano de 2013, junto a Semana UEMG que é promovido pelo Centro de Extensão da própria Universidade UEMG.

Palavras-chave: Design; Imagem; Interfaces; Mercado; Pesquisa

Reminiscências de um quadrinista (Belo Horizonte, 1993-1998)

Prof. Dr. Wellington Srbek¹

Resumo

Por mais objetivo que se queira ser, toda história é narrada de um ponto de vista, constituindo uma versão dos acontecimentos. Assim, este artigo constitui-se como um relato subjetivo, baseado em memórias e documentação de seu autor. A história aqui narrada se passa na década de 1990, quando uma verdadeira “cena quadrinística” tomou forma e se desenvolveu em Belo Horizonte, capital de Minas Gerais. O foco são as próprias experiências do autor na participação e organização de eventos, produção de artigos jornalísticos e, especialmente, na criação de histórias em quadrinhos, como as séries Solar e Caliban ou o álbum Estórias Gerais.

Palavras-chave

Quadrinhos, artes visuais, história de Belo Horizonte.

1993, um ano ímpar!

1993, que ano para os quadrinhos! Um furacão chamado Image Comics virava de cabeça para baixo o mercado norte-americano, varrendo antigos tabus editoriais e abalando as estruturas das gigantes Marvel e DC Comics. Em seu segundo ano de atividades, a editora de *Spawn*, *Wild C.A.T.s* e *Youngblood* alcançava vendas astronômicas e abria espaço para criações mais interessantes, como a série *The Maxx* de Sam Kieth e a minissérie *1963* escrita por Alan Moore.

E as lições mercadológicas dadas por Todd McFarlane, Jim Lee, Rob Liefeld & Cia. não passaram despercebidas. Afinal, por que criar personagens para as grandes editoras, quando se pode trabalhar em cooperativa e manter os direitos autorais sobre suas criações? Foi seguindo essa ideia que surgiram *Sin City*, *Hellboy* e *Madman*, entre outras séries produzidas por Frank Miller, Mike Mignola, Michael Allred e mais alguns medalhões do mercado norte-americano, que se uniram para criar o selo Legend com HQs editadas pela Dark Horse Comics.

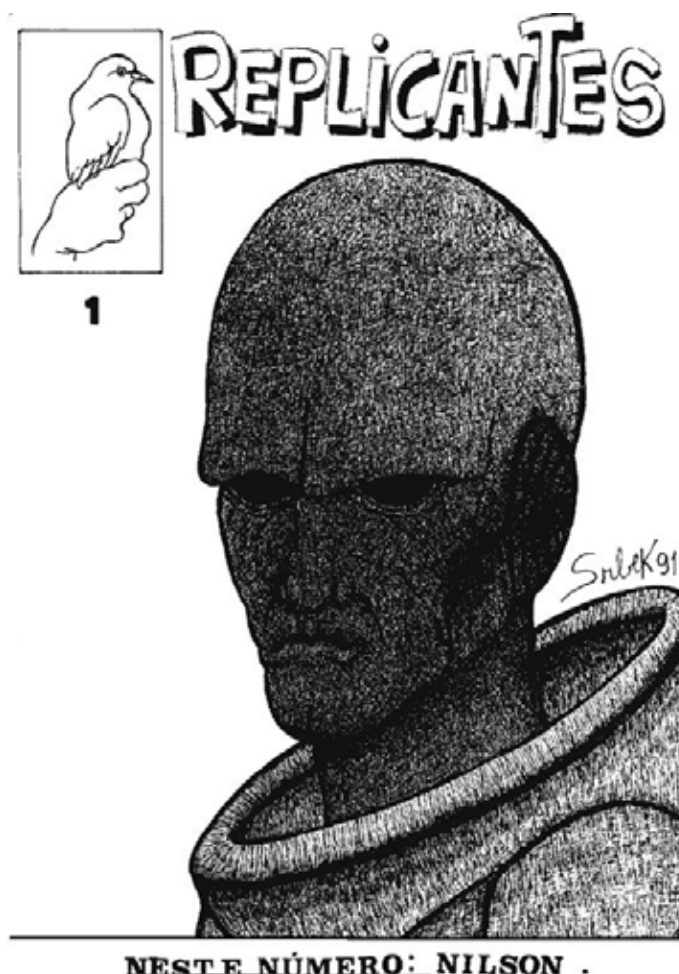
É claro que o ano de 1993 não teria sido o mesmo sem outro selo editorial: o Vertigo. Inspirados pelo sucesso comercial e pela aclamação crítica da série *The Sandman*, os executivos da DC Comics viram a oportunidade para uma nova linha de “quadrinhos adultos”. Capitaneada pela editora Karen Berger, tendo como fundamento as inovações temáticas trazidas pelo inglês Alan Moore e espelhando-se nas concepções estéticas do também inglês Neil Gaiman, o selo Vertigo contribuiu para reforçar a ideia de que os quadrinhos não são somente “coisa para criança”.

¹ Doutor pela Faculdade de Educação da UFMG, roteirista e editor de histórias em quadrinhos. Conferencista com a Palestra: “Reminiscências de um quadrinista” apresentada dia 04 de junho de 2013.

Enquanto isso, no Brasil, ainda se faziam sentir as ondas da “revolução das *graphic novels*” da segunda metade dos anos 80. Mas se as Bienais Internacionais de Quadrinhos do Rio, em 1991 e 1993, trouxeram a nossas praias grandes nomes das HQs mundiais, o mercado nacional continuava uma realidade distante para a grande maioria dos quadrinistas brasileiros. Com exceção das consagradas tiras de jornal, das revistas do Estúdio Maurício de Sousa e de algumas experiências esporádicas, encontrar publicações com personagens nacionais era algo raro. Sem um espaço garantido no mercado, os novos quadrinistas brasileiros tiveram que inventar seu próprio caminho.

Em 1993, uma das trilhas mais usadas era o circuito dos fanzines e edições alternativas. Foi naquele ano que lancei minha primeira publicação: um fanzine em xérox e formato ofício, com quadrinhos, matérias e entrevistas, feito em parceria com o desenhista Erick Azevedo. Era o artesanal *Replicantes*, que teve apenas dois números: o primeiro em março de 1993 e o segundo em junho de 1994. Apesar de suas limitações e até mesmo de sua precariedade, essa primeira experiência editorial despertou em mim o gosto por publicar quadrinhos, o que eu voltaria a fazer em 1995 com os três números do fanzine *Ideário*, impresso em tipografia, com uma tiragem maior e melhor acabamento gráfico.

Mas já em 1993 havia autores independentes publicando suas HQs com impressão gráfica profissional e na forma de revistas. Um grupo desses autores, no Rio de Janeiro, chegou a formar a “Frente das Revistas Independentes”. Entre as publicações que faziam parte da FRI, destacava-se a revista de antologia *Grimoire*.



Capa do fanzine Replicantes n. 1 (1993).



Capa do fanzine *Ideário* n. 3 (1995).

Lançada em novembro de 1993, editada por Thais Linhares e Bernard, *Grimoire* trazia quatro histórias de fantasia com ótimos desenhos, além de uma introdução, biografias dos autores e uma matéria sobre os quadrinhos de Neil Gaiman. Tudo isso impresso em papel de boa qualidade, com capa em duas cores e miolo em P&B: uma produção gráfica bem superior à dos fanzines que costumávamos ver.

Descobri a *Grimore* já em 1994, numa bancada lotada de revistas nacionais e importadas, que o gerente Carlos e o responsável pelos quadrinhos Evandro mantinham na entrada da livraria Leitura Savassi. Não me lembro se naquele dia cheguei a comprar algum exemplar da versão brasileira de *The Sandman*, publicada então pela editora Globo. O que sei com certeza é que não deixei passar um exemplar de *Grimoire*, ainda hoje um dos tesouros de minha coleção. Na época, aquela bela revista independente mostrou a mim e a outros aspirantes a editor que era possível produzir e publicar nossos quadrinhos com qualidade mais profissional.

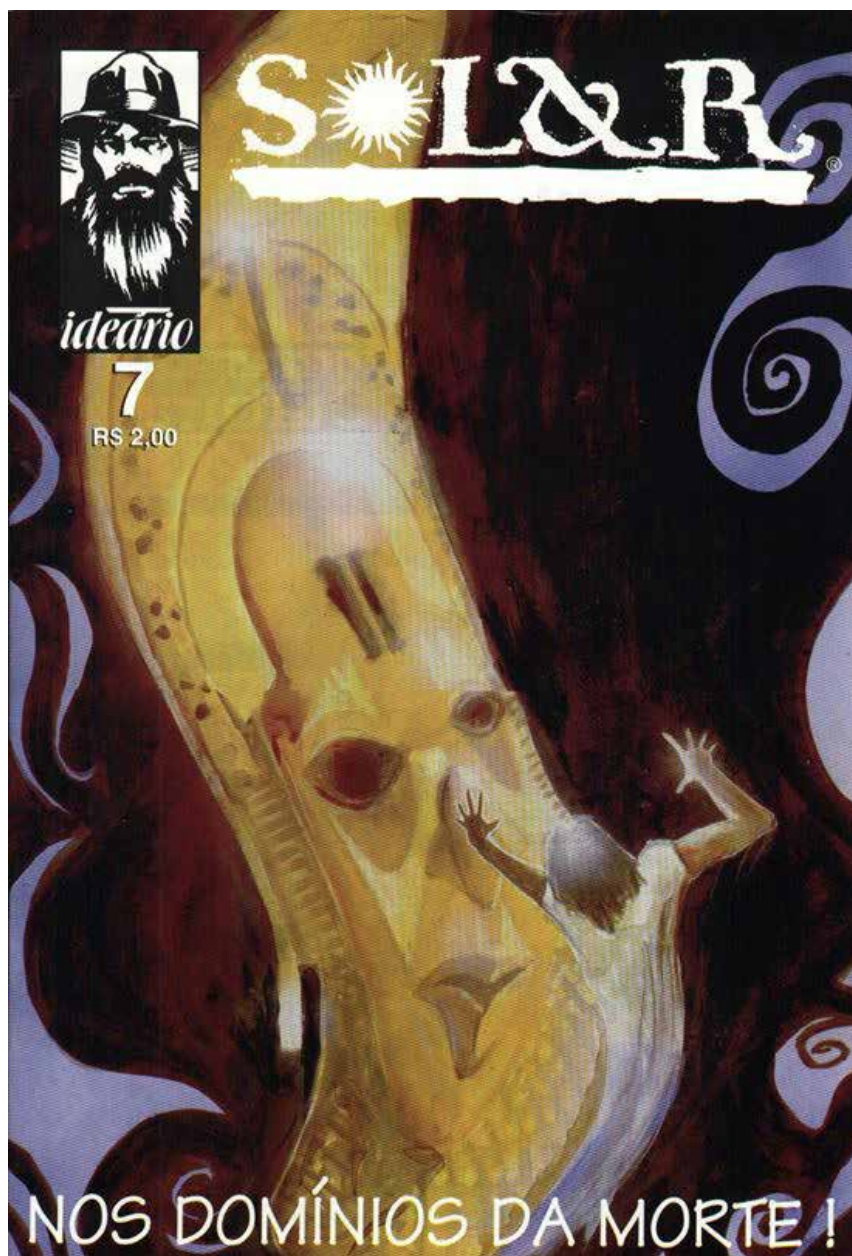
A verdade é que éramos pura empolgação e paixão pelos quadrinhos e à nossa frente só víamos um mundo de possibilidades em aberto. Possivelmente, muito disso não passava de uma ilusão juvenil nossa, estimulada pela agitação e pelas novidades iniciadas em 1993, sem dúvida *um ano ímpar!*

Solar, um herói brasileiro (e de BH).

Foi em meados de 1994 que o personagem Solar nasceu. Na época, eu já havia desenhado algumas HQs curtas e produzido o fanzine *Replicantes*, mas queria trabalhar num projeto maior. Foi então que tive a ideia de criar uma série com um herói brasileiro.

Desde o início, defini que o personagem não teria as espalhafatosas fantasias coloridas dos super-heróis tradicionais, o que por si só já o afastava um pouco daquele popular gênero dos quadrinhos.

Mas seriam necessários outros elementos para diferenciar e justificar meu projeto, pois eu não queria fazer apenas mais uma HQ de um personagem com superpoderes. O fato é que, a partir daí, “o universo começou a conspirar a meu favor” e as peças do mosaico criativo foram surgindo.



Capa da revista *Solar* n.7 (1996).

Primeiro, vieram as influências saídas do curso de História, que eu iniciava na UFMG, como os conceitos de “Apolíneo” e “Dionisíaco” de Nietzsche, o “Complexo de Édipo” de Freud e a concepção grega do “herói trágico”, que fundamentariam o personagem e alguns dos roteiros iniciais da série. Na mesma época, descobri as primeiras HQs da série *Monstro do Pântano* escritas por Alan Moore, que me mostraram ser possível conciliar histórias de heróis a elementos místicos e míticos. Em seguida, li a revista *A Falta de Educação no Brasil* do cartunista Nilson Azevedo, com a qual aprendi como criar uma história com ação, partindo de situações cotidianas e de uma ambientação local.

O personagem que eu estava criando era um “herói apolíneo”, um “herói solar”. Mas faltava ainda

uma característica que marcasse sua identidade em relação à de outros já existentes. Em grande parte, o que determina a razão de ser de um herói e o porquê de ele ser um indivíduo especial são sua origem e a identidade cultural que ele representa. Portanto, era preciso dar uma origem cultural a meu herói. Foi aí que chegou a minhas mãos o ótimo *Maíra* de Darcy Ribeiro e mais tarde o saboroso *Xingu: os índios, seus mitos* de Orlando e Cláudio Villas-Bôas. Com isso, o mosaico se completou: eu já tinha em mente o herói que chamaria de “Solar”.

Em julho de 1994, enquanto frequentava os eventos de rua da primeira edição do FIT (Festival Internacional de Teatro de BH), eu ensaiava os primeiros esboços para o visual do personagem, ao mesmo tempo em que concebia a trama principal da série. Escolhi para ele o nome Gabriel Azevedo e criei personagens coadjuvantes, como seus pais adotivos, sua mãe, Sofia Ribeiro, e sua esposa, Cristiane Villas-Bôas. Ele voaria e enfrentaria desafios similares aos do Super-Homem dos anos 80 e trabalharia como fotógrafo, passando por dificuldades semelhantes às do Homem-Aranha dos anos 70. Porém, no lugar de uma grande metrópole norte-americana, as aventuras do personagem aconteceriam num ambiente que conheço bem: minha cidade-natal.

Belo Horizonte havia passado há pouco por reformas que a embelezaram e recuperaram alguns de seus prédios e pontos históricos (como a Praça da Liberdade). Estávamos, então, redescobrimos nossa capital cercada de montanhas, e muitos de nós desenvolvemos um genuíno amor por BH. Assim, não é por menos que criei para a cidade um herói que voava entre seus prédios (como o edifício Acaiaca) e vivia aventuras em alguns de seus locais mais conhecidos (como a Praça Sete). Só bem mais tarde fui perceber que na bandeira da capital de Minas Gerais aparece um Sol que nasce entre as montanhas (da Serra do Curral). Ou seja, esta tinha mesmo que ser a cidade do Solar!

Em sua concepção inicial, o projeto da série *Solar* teria um total de vinte e um capítulos, divididos em três livros: “Asas de Ícaro”, “Solo Sagrado” e “Humanidades”. No início do segundo semestre de 1994, os roteiros desenhados dos dois primeiros capítulos já estavam prontos. Porém, eu havia decidido que não desenharia a série, pois meu estilo não se adequava ao clima de ação das HQs. Só me restava procurar por um desenhista. Foi então que conheci o ilustrador Ricardo Sá, que se interessou em embarcar no projeto, após ver os dois primeiros roteiros.

Enquanto *Solar* tomava forma, eu continuava a escrever novos capítulos da série e começava a buscar uma maneira de pagar pelo trabalho de ilustração, além de financiar o lançamento de uma revista. Já em 1995 consegui a aprovação, pela Lei Municipal de Incentivo à Cultura de BH, para a produção de sete números da série. E assim, com um logotipo desenhado por Cristiano Seixas, do futuro Estúdio Big Jack, e a colaboração do amigo Dênio Takahashi na editoração da revista, em março de 1996 pude lançar o primeiro número da *Solar*.

Ter aquele nº1 em mãos foi uma sensação indescritível! É claro que o trabalho estava apenas começando, e eu logo descobriria que conseguir lançar uma revista não era o maior desafio para um quadrinista independente. Não demorou nada para eu perceber que a divulgação e a distribuição eram os verdadeiros “gargalos” da produção brasileira de quadrinhos. Além disso, mesmo tendo os quatro primeiros capítulos já desenhados, Ricardo Sá acabou se atrasando no quinto e sexto. Então, para o sétimo capítulo, assumiu uma equipe do Estúdio HQ, formada por Erick Azevedo, Sidney Telles, Fernando Rabelo e Fabiano Barroso.

Com alguns rearranjos, seguimos em frente, lançando em 1996 as revistas com os sete capítulos do livro “Asas de Ícaro”, que seriam reunidos numa coletânea em dezembro daquele ano. A revista *Solar* chegava ao fim, mas a saga do personagem continuaria numa nova publicação. Afinal, enquanto produzia as últimas edições de minha primeira revista, consegui a aprovação pela Lei de Incentivo para as sete edições da *Caliban*.



Capa da revista *Caliban* n. 4 (1997).

Lançada em agosto de 1997, a nova revista daria continuidade às aventuras de Solar, trazendo outros personagens e séries, bem como histórias curtas. Além de Ricardo Sá, desenhistas ligados ao Estúdio HQ e ao Big Jack participaram das edições, que contaram ainda com o talento dos veteranos Flavio Colin, Julio Shimamoto e Mozart Couto. Em seu primeiro ano, *Caliban* teve quatro números publicados, com memoráveis festas de lançamento e uma pequena participação na 3ª Bienal Internacional de Quadrinhos. Ficaram para 1998 os três últimos números da revista, com os quais eu ganharia meu primeiro prêmio nacional: o Troféu HQ MIX de “Melhor Revista Independente”.

Claro que a principal atração da *Caliban* era o Solar, que reestreou no nº1 da revista, com o primeiro

capítulo do livro “Solo Sagrado”. O personagem voltaria em quase todas as edições da revista, mas minha ideia inicial para uma série de vinte e um capítulos acabou resumida para quatorze HQs, sem perdas muito substanciais. A verdade é que naquele ano de 1998 eu aspirava a outros voos, sendo o principal deles a produção do álbum *Estórias Gerais*, que estava sendo desenhado por Flavio Colin.

Com *Solar* e *Caliban* realizei o sonho de lançar revistas em quadrinhos. Produzi-las foi uma verdadeira aventura criativa e, embora não tenham sido um grande sucesso comercial, elas marcaram seu lugar no circuito dos quadrinhos independentes. Como afirmou o crítico Marcello Castilho Avellar do jornal *Estado de Minas*, aquelas revistas “foram uma espécie de marco da maturidade dos quadrinhos em Belo Horizonte”.

A capital brasileira dos quadrinhos.

Talvez, para alguém que não tenha vivido aquele momento possa parecer exagero, mas como escrevi numa matéria de jornal na época, entre 1995 e 1998, BH foi: *a capital brasileira dos quadrinhos!*

Tudo começou no início da década. Fanzines em xérox, aspirantes a quadrinista e os mais diversificados projetos surgiam a cada dia. Na onda de um mercado de quadrinhos em crescimento e relativo amadurecimento, várias lojas especializadas se sucederam: Livro Arbítrio, Valer, Mandarin, Gibis & Afins. Numa escola da periferia de BH, teve lugar a exposição de um grupo de desenhistas auto-intitulados os “Mutanóides Associados”. No antigo prédio da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da UFMG, o italiano Piero Bagnariol ministrava um curso de quadrinhos. O mesmo Piero, que trocou as ondas do Mediterrâneo pelas montanhas de Minas, logo estrearia o programa *BOOM!*, dedicado às HQs e veiculado por um dos primeiros canais a cabo locais.

O burburinho em torno dos quadrinhos começava a ser notado. Em 1994, a livraria Leitura Savassi assumiu o papel de principal loja especializada na cidade. No ano seguinte, uma ampliação de sua seção Quadrinhos/RPG foi montada na Leitura Amazonas. Para inaugurar o espaço em maio de 1995, fui convidado a ser um dos organizadores da BHQ (Primeira Convenção de Quadrinhos de Belo Horizonte). Na noite de abertura, uma verdadeira multidão de fãs de quadrinhos superlotou o espaço, em busca de lançamentos importados e raridades do mercado nacional. A programação durou uma semana e contou com vídeos, palestras, debates e oficinas. O evento foi um sucesso e teria uma segunda edição no ano seguinte.

Ainda em 1995, estreei uma página semanal com crítica de quadrinhos no jornal *Hoje em Dia*. Quando fui convidado a levar meus textos sobre HQs para o jornal *O Tempo*, lançado em novembro de 1996, a página sobre quadrinhos do *Hoje em Dia* foi mantida a cargo de Paulo Dias e Gustavo Marcarenhas. Na mesma época, o jornalista Marcello Castilho Avelar já escrevia uma seção com críticas de HQs para o *Estado de Minas*. Também entre 1995 e 1996, foi minha vez de levar os quadrinhos à telinha, quando produzi o quadro “Quadrinhos & Afins” para o programa *Agenda* da Rede Minas de Televisão. Lojas especializadas, convenções, páginas de jornal, matérias na TV... Isso já faria de 1995 um ano singular. Mas teve muito mais!

Primeiro a *Legenda*, revista do Núcleo de Quadrinhos da FUMA, ligada à Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG). Em seguida, a experimental e inovadora *Graffiti - 76% Quadrinhos*, capitaneada por Piero Bagnariol e Marcos Malafaia. E enquanto eu produzia as edições do fanzine *Ideário*, consegui a aprovação pela Lei Municipal de Incentivo à Cultura para os sete números da revista *Solar*, lançada em 1996. Como já vimos neste artigo, a ela se seguiriam as sete edições

da *Caliban*, lançadas entre 1997 e 1998, também com o apoio da Lei de Incentivo. Essas e outras publicações, além de toda a movimentação em torno dos quadrinhos, acabaram dando origem ao Estúdio HQ. Chegando a reunir algumas dezenas de pessoas, a associação tinha uma sede própria, atuando na organização de festas de lançamento, distribuição das publicações e também como espaço de confluência para pessoas interessadas em criar e publicar quadrinhos.

Pode-se dizer que um dos efeitos indiretos daquela “cena quadrinística” dos anos 90 foi a realização em BH da 3ª Bienal Internacional de Quadrinhos. Afinal, foram a efervescência criativa e a repercussão midiática de nosso movimento de quadrinhos que associaram fortemente o nome da cidade às HQs. Assim, quando surgiu a proposta para que BH sediasse a Bienal, já estava disseminada a ideia de que a arte dos quadrinhos era parte importante da vida cultural da cidade. Integrando as comemorações pelo centenário da capital, o evento aconteceu em outubro de 1997.

Com uma estrutura admirável, que incluía diversos espaços culturais, a Bienal teve como ponto alto as fantásticas exposições de artistas franceses, belgas, italianos, norte-americanos e brasileiros. O evento contou ainda com um concurso, palestras, debates e a presença de convidados ilustres. O fato é que, num rápido passeio pelos corredores das exposições na Serraria Souza Pinto, podia-se passar das páginas de Henfil às de David Mazzuchelli, das pinturas realistas de Schultein ao traço cartunístico de Ziraldo. E também não era difícil encontrar-se frente a frente com figuras consagradas como Angeli, Bryan Talbot, Jô Oliveira, Lourenço Mutarelli e Paolo Serpieri. Isso sem falar no grande homenageado da festa: o amável e genial Will Eisner. Não perdi, é claro, a oportunidade de fazer entrevistas com todos eles.

No ano seguinte, incentivado pelo sucesso da Bienal, o movimento de quadrinhos em BH ganhou força total. Novas edições de revistas, como os últimos números da *Caliban*, o surgimento de jovens quadrinistas, como Cleuber da tira *Arroz Integral*, o retorno de veteranos, como Lacarmélio da revista *Celton*, e o reconhecimento dos talentos locais, como Guga, Irrthum e Chantal, fizeram de 1998 um ano especial para todos que estiveram envolvidos. O coroamento veio com a terceira edição da convenção BHQ, organizada pelo Estúdio HQ com financiamento da Leitura Savassi e participação do recém-fundado Estúdio Big Jack.

Aquela última convenção foi também uma espécie de “canto do cisne” de nosso movimento de quadrinhos. O ano de 1999 trouxe dispersão de participantes e iniciativas que não se concretizaram. Para completar, a realização do primeiro FIQ (Festival Internacional de Quadrinhos) teve, para muitos de nós, o efeito de um “balde de água fria”. Inegavelmente, a organização do evento não contemplou a devida participação dos autores locais, resultando em parte num desestímulo para o trabalho de muitos. Mas, seja pelos motivos que forem, o movimento de quadrinhos de BH já não tinha a força dos anos de 1995 a 1998. Muitos de nós continuamos, inventando caminhos próprios, buscando a profissionalização de sua produção ou outras maneiras de seguir atuando no campo das artes visuais e mesmo das HQs em específico. Outros simplesmente desistiram e seguiram suas vidas em outras áreas.

Mas, para todos que participaram daquele momento, ficou a memória de uma época única, em que BH foi a *capital brasileira dos quadrinhos*!

Estórias Gerais: veredas e raízes.

A história do álbum *Estórias Gerais* começa em outubro de 1997. Na época, eu concluía o curso de História na UFMG, trabalhava como crítico de quadrinhos para o jornal *O Tempo* e produzia a

revista *Caliban*. Após quatro anos praticamente só lendo textos teóricos, eu aguardava ansiosamente para poder voltar a ler literatura. Por algum motivo, um livro em especial me vinha à mente, *Grande Sertão: Veredas* de Guimarães Rosa. Comprei meu exemplar numa loja do Centro de BH e depois de ler a palavra “Nonada” não consegui mais parar.

Para ser mais preciso, fiz uma pequena pausa lá pelo fim do livro. Não porque estivesse cansado ou não estivesse simplesmente adorando cada palavra que lia. Justamente pelo contrário, porque o volume de páginas a serem lidas minguava assustadoramente, resolvi interromper a leitura. A verdade é que eu não queria que o livro chegasse ao fim. Decidi aproveitar aquela “pausa” para ler outros clássicos da literatura brasileira, e as obras escolhidas foram *Morte e Vida Severina* de João Cabral de Melo Neto e *Alto da Compadecida* de Ariano Suassuna.

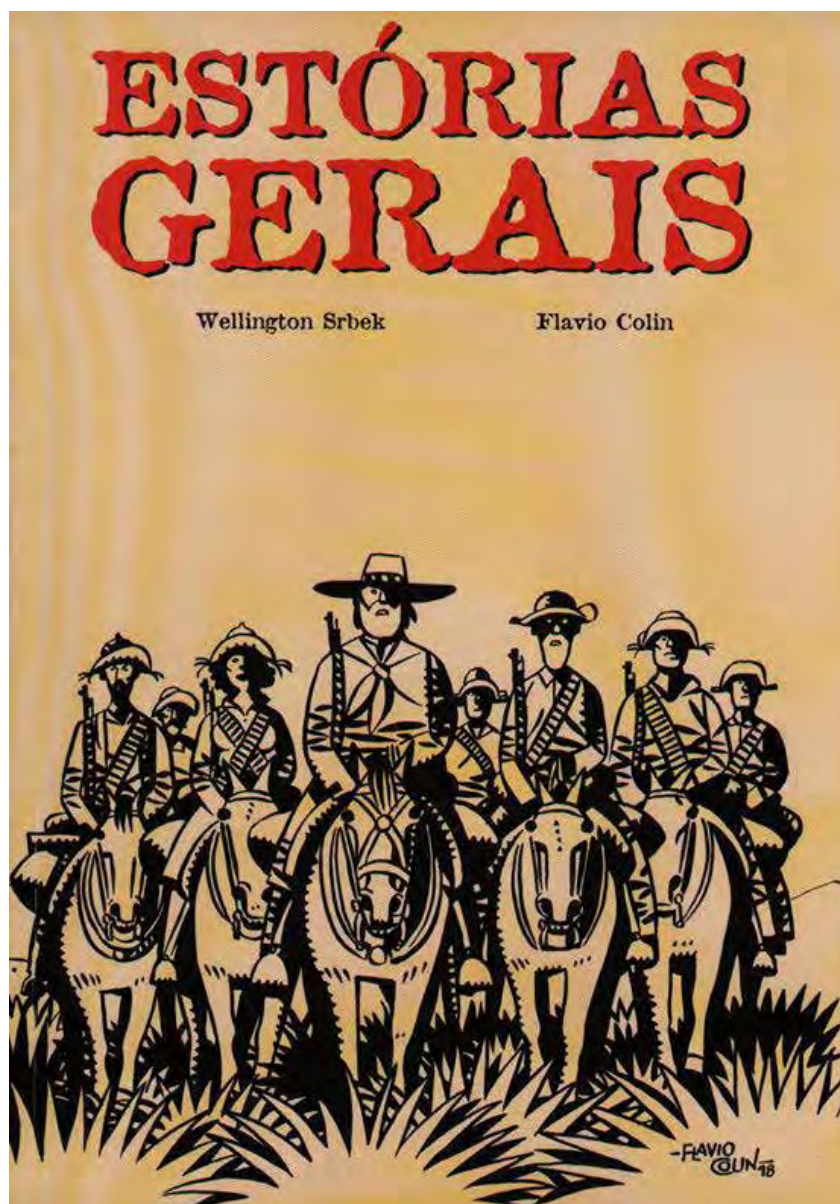
Depois dessas leituras, retornei para finalizar a travessia de *Grande Sertão: Veredas*. Naquele ponto, não havia mais escapatória: eu tinha que criar uma história em quadrinhos! Os elementos fundamentais já estavam postos: um universo ficcional de jagunços e senhores de terras e a simbologia poética do Brasil interior. A eles se somariam a reflexão histórica motivada pela leitura de *Raízes do Brasil* de Sérgio Buarque de Holanda e a representação da vida popular presente nas canções de Luiz Gonzaga. Não faltariam também ecos mais distantes de coisas que eu assisti na TV, como *O Bem Amado*, *Gabriela*, *Lampião*, *Roque Santeiro*, *O Tempo e o Vento*.

Tão-logo comecei a pensar na nova história, o traço de Flavio Colin surgiu como a única opção. Não haveria outro desenhista para aquele projeto! Já tínhamos conversado sobre a possibilidade de trabalharmos juntos, e quando lhe expliquei minha ideia para a HQ, ele se interessou muito. Então, com a remuneração que recebia pelos textos de crítica de quadrinhos para *O Tempo*, pude fazer uma boa proposta financeira, e Colin aceitou produzir os desenhos.

Depois de fazer uma pesquisa contextual em livros e documentários, e de ter visitado a Hemeroteca de Belo Horizonte, onde li jornais da década de 1920, em algum momento de janeiro de 1998, já com páginas de texto escritas e boa parte da trama estruturada, decidi dar forma aos personagens principais da HQ. Assim, num domingo pela manhã, sentado no chão da sala de minha casa, com papeis e livros espalhados sobre uma mesinha, reportagens e documentários passando no vídeo à minha frente, esbocei os personagens principais da história. Não é preciso dizer que, embora tenha seguido as características principais de meus esboços, os personagens melhoraram imensamente ao ganharem o traço de Mestre Colin!

Os sete meses que se seguiram seriam de intensa produção, capítulo após capítulo, do que viria a ser o álbum *Estórias Gerais*. No entanto, o que veio a seguir foi um verdadeiro anticlímax. Embora eu tenha procurado todas as editoras brasileiras que publicavam HQs na época, nenhuma se interessou e o álbum permaneceria inédito por três anos. *Estórias Gerais* só viria a ser lançado em agosto de 2001, numa edição independente com apoio do Fundo Municipal de Cultura de BH.

Esgotando-se rapidamente, aquela primeira edição ganharia no ano seguinte os troféus Angelo Agostini de Melhor Desenhista e Melhor Roteirista, e HQ MIX de Melhor Roteirista e Melhor Graphic Novel Nacional. O álbum seria ainda publicado na Espanha em 2006 pela Edicions de Ponent e relançado no Brasil em “edição especial” pela Conrad Editora em 2007, ganhando sua “edição definitiva” pela Editora Nemo em 2012, com a qual ele agora continua a trilhar sua história de sucesso...



Capa do álbum *Estórias Gerais* (2001).

Uma nova perspectiva à memória institucional: Arquivos de Imagem e Som

Alessandro Ferreira Costa¹

Resumo

A necessidade de busca por informações críveis e autênticas faz do arquivo um espaço do saber por excelência. Neste sentido, baseados na premissa que são os arquivos, em especial os universitários, instrumentos capazes de potencializar as práticas do ensino e da pesquisa, apresentamos um breve relato referente à implementação do arquivo de som e imagem (ASI) da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais (ED/UEMG), constituído por um rico acervo documental produzido/reunido em mais de meio século de existência da ED, em sua atuação no campo acadêmico. O ASI representa a materialização dos esforços de inúmeros indivíduos que no decorrer das últimas décadas dedicaram parte do seu tempo na preservação da história como compromisso social às gerações futuras.

Palavras-chave

Arquivo universitário; memória; som; imagem; design.

Introdução

São inúmeras as possibilidades do indivíduo em sintetizar, codificar, traduzir e interagir com o espaço social, físico e histórico que o envolve e no qual se encontra inserido. Dentro desse complexo conjunto de ações, baseadas na troca e na transformação permanente de informações e sentidos, a que denominamos *cultura*, o homem é, como o citam Ana Maria da Silva Rodrigues, Cristina M. V. Camilo de Oliveira e Maria Cristina Vieira de Freitas, o “protagonista máximo nas cenas do cotidiano que ele próprio descortina” (RODRIGUES, OLIVEIRA e FREITAS, 2001, p.97). Nesse universo de construções e desconstruções simbólicas, o design, enquanto campo de pesquisa e desenvolvimento, atua como agente ativo absorvendo e transmitindo em seus processos e produtos, mensagens e sentidos que acabam por se integrar no comportamento diário humano. Para Dijon de Moraes uma disciplina “como o design, pelo seu caráter holístico, transversal e dinâmico, posiciona-se como alternativa possível na aproximação de uma correta decodificação da realidade contemporânea” (MORAES, 2008, p.15). Ainda, segundo o autor, o design se aproxima “das ciências sociais, da sociologia, da antropologia e da filosofia em busca de antecipar as necessidades reais dos usuários

¹ Doutor em Ciência da Informação. Professor Adjunto da Escola de Ciência da Informação da UFMG. Conferencista com a Palestra: “Uma nova perspectiva à memória institucional: arquivos de imagem e som” apresentado no dia 06 de junho de 2013.

do futuro” (MORAES, 1997, p.56).

De acordo com Bernd Löbach, os produtos oriundos da prática do design possuem três dimensões principais: a prática ou funcional que envolve aspectos fisiológicos do uso, a estética que compreende aspectos psicológicos da percepção sensorial, e a simbólica que diz respeito aos aspectos espirituais, psíquicos e sociais do uso (LÖBACH, 2001). Conclui-se, então, que um projeto de design não é consequência da associação despropositada de cores, formas e materiais, e sim, resultado de intenso esforço de pesquisa e análise, orientado por critérios objetivos e sistematizados, que vão desde a avaliação de aspectos econômicos e tecnológicos, a impactos e repercussões sociais, culturais e ambientais de sua ação.

Para que esse complexo encadeamento de ações possa ser plenamente operacionalizado, faz-se necessário o acúmulo corrente de documentos os mais diversos que possam subsidiar toda e qualquer tomada de decisão que envolva a materialização de um produto ou serviço, independente de sua natureza. Esse conjunto de documentos, muitas das vezes arquivados sem qualquer padronização e em condições físicas adversas às suas reais necessidades, mantém-se reunido até a conclusão das atividades previstas, quando são, na maioria dos casos, dispersos ou simplesmente descartados, sem avaliação prévia, havendo, portanto, perda significativa do histórico processual que balizou todas as etapas de um dado trabalho e as informações a ele pertinentes.

Esse cenário também é recorrente em instituições de ensino responsáveis pela formação profissional de futuros designers e pesquisadores na área, contraditoriamente, tornando-se exemplo de um comportamento a não ser seguido. O espaço universitário não deve ser compreendido apenas como um local que reúne estudantes e instalações, mas fundamentalmente, lugar potencialmente favorável ao trabalho de investigação e compartilhamento de informações. Para Cláudia Hlebetz Teixeira

na sociedade moderna, a informação transformou-se em ferramenta básica de conhecimento e de participação. Informar (se) é ação (condição?) necessária à vida cotidiana. Informar (se) implica conhecer (se?), implica também registrar aquilo que se conhece. O mundo moderno transborda de registros. Informar (se) implica em recuperar informação. E recuperar informação implica, não somente, na questão da transparência de seus conteúdos, mas também e sobretudo, na sua interpretação. (TEIXEIRA, 1993, p.82)

Nesse contexto, entendemos como imperativo que unidades de ensino e pesquisa conscientizem-se de sua responsabilidade na disseminação daquilo que é potencialmente considerado relevante em termos de informação a um dado campo do conhecimento, participando para a democratização do saber e registrando a sua existência institucional em um tempo e espaço. A partir dessa ideia, apresentamos esse breve relato de experiência desenvolvida pela Escola de Design da UEMG entre os anos de 2008 e 2010 (fase 1) e em processo de expansão por meio de ações conjuntas de extensão junto à Escola de Ciência da Informação da UFMG, que objetiva a consolidação do primeiro espaço especialista na gestão de massas documentais provindas da prática do design, enquanto objeto de ensino e consequência de um mercado de consumo: o arquivo de som e imagem.

Formação de acervos de imagem e som: um desafio à memória institucional

Resultado de um processo produtivo qualquer, o acúmulo desordenado de massas documentais pode acarretar em perda significativa do seu valor informativo e probatório, resultando no que Jean Baudrillard então classifica como amontoado de papéis de pouca significância enquanto registro processual (BAUDRILLARD, 1973). Por documento entendemos qualquer base de conhecimento registrada e disposta de maneira que possa ser utilizada como fonte de informação (FERREIRA,

1986) e, complementarmente, como afirma T. R. Schellenberg

[...] expedida ou recebida por qualquer entidade pública ou privada no exercício de seus encargos legais ou em função das suas atividades e preservados ou depositados para preservação por aquela entidade ou por seus legítimos sucessores como prova de suas funções, sua política, decisões, métodos, operações ou outras atividades, ou em virtude do valor informativo dos dados neles contidos. (SCHELLENBERG, 2004, p.41)

Gerenciar esses documentos significa, objetivamente, conservá-los de maneira a mais ordenada e acessível possível, de forma a concorrer, como o citam Jean-Yves Rousseau e Carol Couture: 1) ao aumento da proteção da informação; 2) ao acesso de informações pertinentes à tomada de decisão e à pesquisa; e 3) à otimização no uso de recursos físicos, tecnológicos e humanos, na maioria das vezes, insuficientes ao complexo trabalho arquivístico (ROUSSEAU; COUTURE, 1998).

A organização de acervos documentais depara-se cotidianamente com questões inerentes e essenciais à natureza do seu processo, tais como o que se guarda, quais são os propósitos dessa ação, a quem se destina esse material e quais os meios mais adequados à sua manutenção (COSTA, 2007). Sem este balizamento, qualquer atitude prática pode ocasionar naquilo que Heloísa Bellotto classifica como “desleixo e não-priorização no que tange aos serviços de arquivo e à preservação de documentos” (BELLOTTO, 2004, p.27).

Contrariando um pressuposto popularmente aceito de que arquivo é um espaço estante de ações e informações, seu potencial estratégico, no âmbito administrativo, científico e social, passa a exercer gradual relevância nas práticas e no cotidiano humano. A busca por informações - processo onde a informação se torna útil para um indivíduo ou grupo (CHOO, 2003) - críveis e autênticas, faz do arquivo um espaço do conhecimento por excelência. Se por meio dos documentos as culturas passaram a firmar o valor da palavra, da prova e da lei, por intermédio dos arquivos esses registros se fizeram perenes (GOMES; HELLUY, 1976).

É inquestionável a importância de se estabelecer fontes documentais permanentes que possam subsidiar quaisquer demandas de pesquisas relacionadas a um campo do conhecimento, pessoa ou instituição, seja no âmbito da educação, ciência e afins, proporcionando acesso não somente a base bibliográfica, como também, a documentos iconográficos, sonoros, fotográficos e tantos outros gerados e/ou reunidos para uma dada finalidade. Notadamente, neste trabalho, nosso objeto de análise refere-se ao design - mais precisamente ao ensino do design - enquanto meio de produção e guarda documental. Sobre a importância da manutenção desses documentos para o designer e para a memória social do design brasileiro, cita Francisco Homem de Melo que

Documentar, arquivar, incorporar ao portfólio e eventualmente divulgar o projeto são ações fundamentais tanto para o profissional quanto para a afirmação da profissão. Sem a memória dos projetos realizados, não haverá memória do design brasileiro. Todo projeto é uma afirmação sobre um determinado modo de fazer design, e, como tal, deve ser documentado e arquivado. [...] Ampliando a perspectiva, essa documentação, além de construir a memória do designer, é também uma memória social. A história do design brasileiro vai avançar em bases sólidas se estiver alicerçada na produção efetiva dos profissionais. A sistematização dessa história ainda tem um longo caminho pela frente, mas a produção de cada designer é um modo de contribuir efetivamente na construção do enorme edifício que constrói a cultura do país. (MELO, 2004, p.104)

Construir e manter ativa a memória em todas as suas singularidades e relações práticas é tarefa complexa a ser exercida por todos os indivíduos e organizações participantes de uma sociedade. Independente de sua natureza, estabelecer uma *memória* significa potencializar o repertório

construído pelo tempo em instrumento de informação que reconhece o aprendizado necessário para o futuro. Contudo, lidar com documentos em formatos e suportes especiais, objeto de reflexão deste artigo, demanda não só a mudança de postura do indivíduo/instituição produtor, mas também, daqueles que se propõem gerir esse material.

Acervos documentais de imagem (fixa e em movimento) e de som se caracterizam por serem capazes de produzir e conduzir em seus usuários uma diversidade de associações de códigos e conceitos que os levam à aquisição de novas conexões de ideias por meio de complexas possibilidades de leitura e interpretação. Citando Teixeira, o espaço narrativo tece discursos, modos de ver que muitas das vezes estão além do documento (TEIXEIRA, 1993), e como analisa Ana Eliza Linhares Borges, o “documento histórico não mais é concebido como um dado puro que fala por si mesmo e se oferece, objetivamente, ao historiador” (BORGES, 2005, p.76), é necessário pensar também, como afirma Júlio Pinto, “semioticamente a noção de informação, através do argumento básico de que toda a informação a que temos acesso é necessariamente veiculada através de signos” (PINTO, 1996, p.87), notadamente aquela associada ao tipo de documento aqui descrito. Segundo Donis A. Dondis

o conteúdo e a forma são componentes básicos, irreduzíveis, de todos os meios [...], e, como é nossa principal preocupação aqui, das artes e ofícios visuais. O conteúdo é fundamentalmente o que está sendo direta ou indiretamente impresso; é o caráter da informação, a mensagem. (DONDIS, 2007, p.131)

Baseando-nos no cenário acima descrito e na ideia proposta por Cecília Braslavsky de que “não há qualidade educacional sem um entorno rico em materiais que possam ser utilizados como materiais de aprendizagem” (BRASLAVSKY, 2005, p.35), em conjunto à Escola de Design (ED) e ao Centro de Estudos em Design da Imagem, iniciamos, em 2008, amplo processo de reformulação das práticas acadêmicas relacionadas à guarda de documentos associados à imagem e ao som, enquanto registro das atividades da ED e fundamento para a geração de novos conhecimentos: surgiu, então, um arquivo de som e imagem.

Arquivo de Som e Imagem (ASI)

Vinculado ao projeto de pesquisa *Pelos rastros da história: arquivo de som e imagem da escola de design - ASI/ED*, coordenado pelo autor deste artigo entre os anos de 2008 e 2010, e em parceria ao Centro de Estudos em Design da Imagem, iniciou-se a implementação do ASI, arquivo especialista na gestão de documentos de imagem e de som provenientes das ações de ensino, pesquisa e extensão realizadas pela ED no decorrer de seus mais de 50 anos de atuação no campo da educação. Com apoio da FAPEMIG², essa primeira etapa do projeto empreendeu a análise preliminar de toda a massa documental que se encontrava dispersa no Centro supramencionado. Foi constatado um grande volume de documentos, de diversas épocas, suportes e funções, estocados em uma sala, sem qualquer critério de organização ou preservação física. Assim mesmo, ainda que diante de um aglomerado de impressos, centenas de slides e fotografias, fitas magnéticas de áudio e vídeo e películas de cinema (8mm e 16mm), foi possível perceber a dimensão daquele material não apenas como potencial fonte de pesquisa de interesse público, mas, principalmente, como resgate, ainda que pontual bem o sabíamos, da história da ED e da própria UEMG.

Com a importante colaboração de graduandos bolsistas, deu-se início a transferência das inúmeras caixas arquivo³, tal como se encontravam originalmente guardadas, a um espaço destinado à manutenção

² Mantenedora de bolsa de iniciação científica concedida ao projeto.

³ As caixas mencionadas não correspondem a nenhum box especialmente elaborado para aquela função, e sim, embalagens reutilizadas de eletro-eletrônicos e outros.

do acervo. Ainda que cientes da ausência de planejamento prévio no processo de acumulação daqueles documentos, toda a atividade foi detalhada com indicação numérica das caixas e a sua localização topográfica no espaço original. Feita a transferência física daquelas e respeitada a sua ordem, nos foi possível abertura e apreciação dos documentos ali guardados, processo este que demandou cerca de oito meses para a elaboração de um diagnóstico objetivo das reais condições do acervo. Conhecido o conjunto documental (descrito a seguir), nos foi possível a identificação e eliminação de cerca de 60% daqueles documentos por serem cópias em série. Muitos suportes apresentavam estágios diversos de deterioração, exigindo da equipe não só um cuidado extra com o seu manuseio, mas também, o seu acondicionamento em área específica de maneira a evitar a sua perda eminente e a não contaminação de outros materiais. Assim iniciava o núcleo do acervo do ASI...

A coleção de documentos do Centro de Estudos em Design da Imagem

Para fins de orientação prática, detalhamos aqui as condições em que encontramos a massa documental a partir dos tipos de suportes:

- a) *Fitas de vídeo*: por entre caixas de papelão e armários (que também serviam de depósito para câmeras fotográficas e de vídeo, cabeamento, iluminação, baterias e afins), as fitas VHS - *video home system* - encontravam-se dispostas de maneira aleatória, sendo que: 1) aproximados 10% dessas apresentavam algum indício de deterioração física; 2) 90% não possuíam qualquer tipo de identificação externa referente ao seu conteúdo; e 3) cerca de 20% não se encontravam em qualquer tipo de invólucro de proteção, seja este de papel ou plástico, ficando totalmente expostas à ação do tempo e outros agentes nocivos;
- b) *Fitas de áudio*: foram encontradas em bom estado físico de conservação e devidamente detalhadas quanto ao seu conteúdo, então subdividido em dois grupos: 1) trilhas sonoras de filmes, em especial animação, produzidos pelo Centro de Estudos em Design da Imagem; e 2) registros de entrevistas e palestras de personalidades do campo do design, em diferentes épocas e locais;
- c) *Slides*: totalizando um número superior a 2000 registros, os slides localizados no acervo demonstram a relevância desse suporte enquanto recurso visual nas práticas acadêmico-didáticas antes do advento das tecnologias digitais, reunindo imagens de obras de arte, projetos técnicos, anatomia humana, mostras competitivas de design, palestras, eventos comemorativos e outros tantos temas relativos aos conteúdos lecionados em salas de aula e à própria história da ED. Ressaltamos, contudo, que em virtude da complexidade das informações ali registradas e a quase inexistência de dados referentes ao seu conteúdo, o tratamento desse material só pode ser iniciado - e não concluído - a partir da colaboração do seu titular original nas atividades de descrição, hoje, lamentavelmente, falecido;
- d) *Fotografias*: em meio a caixas e álbuns, as fotografias encontradas ilustram bem a rotina das salas de aulas, eventos e pessoas, os espaços arquitetônicos que abrigaram a instituição no decorrer de sua história, movimentos estudantis e confraternizações, retratando fidedignamente um tempo passado e tornando-o, hoje, acessível ao nosso conhecimento. De um modo geral, apresentam-se em bom estado de conservação carecendo, como uma variável recorrente, de dados referentes aos conteúdos ali impressos;
- e) *Películas de cinema*: distribuídas entre obras de animação, ficção live-action e documentários, encontram-se, aparentemente, em perfeito estado de conservação física. Ainda que identificado o conteúdo unitário das latas, por meio de fichas de registro, ainda não foi possível a exibição dos rolos pela falta de recursos técnicos de projeção e pela incerteza quanto a resistência das películas

quando submetidas à alta temperatura da luz do projetor;

f) *Impressos*: originalmente encontrados nos lugares e nas formas as mais inusitadas, centenas de documentos, nos mais diversos tipos de cortes e dimensões, apresentam condições excelentes de conservação. Cartazes, pôsteres, convites, cartões, informativos e HQ's são alguns exemplos dos materiais impressos que compõem o acervo permanente do ASI.

Resultados e perspectivas futuras

O contato com a massa documental em questão nos revelou aproximados 35 anos de história da ED/UEMG até a conclusão daquela pesquisa, permitindo, assim, que todos os membros da equipe⁴ adquirissem melhor compreensão sobre a instituição a qual estavam vinculados. Foi-nos oportunizada, para fins de exemplo, a possibilidade do manuseio de trabalhos ainda embrionários de futuros profissionais que são, hoje, referências no campo do design e objetos de estudo em salas de aula (quando não são os próprios professores que conduzem essas classes). Mediados pelas fitas de vídeo, “presenciamos” visitas de personalidades políticas na ED, inúmeras confraternizações realizadas nas dependências da instituição, com a participação de alunos e professores, e as peculiaridades decorrentes daquele momento histórico (moda, música, comportamento e afins); palestras completas com nomes consagrados do design, da arte e da comunicação, além de dezenas de filmes de animação (e alguns *live-actions*) produzidos pelos então alunos, muitos destes premiados nacional e internacionalmente.

Ainda assim, essa experiência foi limitada pelo acesso restrito a “fragmentos” dos então 55 anos de atuação e tradição da ED/UEMG no ensino do design em Belo Horizonte, uma vez que os primeiros 20 anos dessa história encontram-se eclipsados no esquecimento por falta de documentos que comprovam e registram a sua presença no tempo e no espaço... O que seria hoje se tudo o que fosse entendido como representativo (em termos documentais) tivesse sido guardado, criteriosamente, ao futuro?

Considerações finais Fragmentos de uma história

Em mais de meio século de história, o recolhimento de documentos relativos às atividades-meio da instituição deu-se de maneira precária e, até mesmo, negligenciada por muitos de seus dirigentes e pelo poder público. Constatamos pouca consciência prática da importância desse material enquanto patrimônio documental. Disperso e muitas das vezes acondicionado de maneira inadequada, somente parcela desses documentos resistiu às intempéries do tempo, à ação (ou falta de ação) do homem, às mudanças de sedes. O acervo, objeto deste relato, foi salvo do esquecimento graças à iniciativa de professores e demais funcionários que, sensibilizados, retiraram, muito do que se tem hoje custodiado, debaixo de escombros e do interior dos lixos. Segundo relatos colhidos, parte dos documentos chegou a ser guardada provisoriamente em residências particulares na tentativa de se evitar que fossem de todo descartados. Por isso, hoje, essa história pode ser contada por meios documentais, devidamente recolhidos, catalogados e disponibilizados para que as próximas gerações de funcionários, alunos e sociedade possam acessá-los e tomar consciência da importância em se resguardar o presente como necessário elo com o futuro.

⁴ Equipe então composta por docentes, técnicos, graduandos bolsistas e voluntários.

ASI: presente e futuro

Prognosticar cenários é sempre uma tarefa árdua e complexa, ainda mais quando lidamos com algo eminentemente novo como é a relação do ASI e o todo complexo que é a Escola de Design. Contudo, algumas considerações relativas aos desafios institucionais que o arquivo de som e imagem será submetido são passíveis de serem descritas em virtude do encaminhamento da segunda etapa de ações estratégicas iniciadas no ano de 2011, agora sob a coordenação da Professora Dra. Marcelina das Graças de Almeida. Assim, citamos:

1. Análise dos documentos custodiados pelo ASI a fim de se verificar possíveis dispersões do acervo, bem como a verificação de sua integridade física;
2. Revalidação do quadro de arranjo;
3. Desenvolvimento de atividades educativas que tenham por objetivo a sensibilização da comunidade acadêmica quanto à necessidade de planejamento que se subsidie a preservação da memória institucional e a corresponsabilidade dessa comunidade neste processo;
4. Desenvolvimento de atividades de fundamentação teórico-técnico que visem a qualificação de pessoal às atividades de gestão relativas à manutenção do ASI;
5. Início do processo de conversão digital do acervo para fins de acesso público por meio da WEB;
6. Implementação de ações conjuntas às demais unidades da UEMG no sentido de se ampliar ações arquivísticas que oportunizem uma efetiva gestão de documentos, permitindo o descarte responsável e a guarda perene do que há de mais significativo.

A proposta inicial do projeto *Pelos rastros da história: arquivo de som e imagem da escola de design - ASI/ED* era a construção da memória institucional passada. No entanto, no decorrer do seu desenvolvimento, percebemos que a sua maior importância estava relacionada, de fato, com a consolidação de um futuro ainda em vias de existência. A possibilidade de acesso a fontes documentais que discursam sobre uma realidade qualquer é condição *sine qua non* para o pleno exercício da democracia e é responsabilidade das instituições de ensino garantir à sociedade que todo o *saber* gerado intramuros seja parte do seu legado.

Referências

- BAUDRILLARD, Jean. *O Sistema dos objetos*. São Paulo: Perspectiva, 1973.
- BELLOTTTO, Heloísa Liberalli. *Arquivos permanentes: tratamento documental*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.
- BORGES, Maria Eliza Linhares. *História e fotografia*. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.
- BRASLAVSKY, Cecília. *Dez fatores para uma educação de qualidade para todos no século XXI*. São Paulo: Ed. Moderna, 2005.
- CHOO, Chun Wei. *A organização do conhecimento: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões*. São Paulo: Ed. Senac, 2003.
- COSTA, Alessandro Ferreira. *Gestão arquivística na era do cinema digital: formação de acervos de documentos digitais provindos da prática cinematográfica*. 2007. Tese (Doutorado em Ciência da Informação). Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2007.
- DONDIS, Donis A. *Sintaxe da linguagem visual*. São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Hollanda. *Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.
- GOMES, Francelino Araújo; HELLUY, Hâmida Rodrigues. *Manual de arquivo e documentação*. Rio de Janeiro: Editora Interciência, 1976.
- LÖBACH, Bernd. *Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais*. São Paulo: Edgard Blücher, 2001.
- MELO, Francisco Homem de. O processo do projeto. In: Associação dos Designers Gráficos. *O valor do design: guia ADG Brasil de prática profissional do designer gráfico*. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2004. p. 91-105.
- MORAES, Dijon de. *Limites do design*. São Paulo: Stúdio Nobel, 1997.
- MORAES, Dijon de. Design e complexidade. In: MORAES, D.; KRUCKEN, L. (org.). *Cadernos de estudos avançados em design: transversalidade*. Belo Horizonte: UEMG, 2008. p.7-21.
- PINTO, Julio. Semiótica e informação. In: *Perspectivas em ciência da informação*. Belo Horizonte, v.1, n.1, p.87-92, jan/jun.1996.

RODRIGUES, Ana Maria da Silva; OLIVEIRA, Cristina M. V. Camilo de; FREITAS, Maria Cristina Vieira de. Globalização, cultura e sociedade da informação. In: *Perspectivas em ciência da informação*. Belo Horizonte, v.6, n.1, p.97-105, jan/jun.2001.

ROUSSEAU, Jean-Yves; COUTURE, Carol. *Os fundamentos da disciplina arquivística*. Lisboa: Dom Quixote, 1998.

SHELLENBERG, Theodore Roosevelt. *Arquivos modernos: princípios e teorias*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

TEIXEIRA, Cláudia Hlebetz. *Interpretando o fenômeno da informação: um estudo dos universos informativos como universos de narração*. 1993. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação). Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1993.

Branca de Neve e os sete anões: Um marco na história do cinema de animação

Felipe de Castro Ramalho¹
Maurício Silva Gino²

Resumo

Esta pesquisa tem o intuito de elucidar como os elementos técnicos (12 princípios da animação, roscopia e câmara de múltiplos planos) contribuíram para que o filme “Branca de Neve e os sete anões” fosse um marco na história do cinema de animação. Primeiramente, é retratada um pouco da evolução técnica do cinema de animação até o ano de lançamento do filme em 1937. Abordando e caracterizando o movimento e os elementos que surgiram e facilitaram a industrialização da animação. Identificando também os fatores que contribuíram amplamente para a constituição do filme marco. Em seguida, é caracterizada a produção do filme referencial, além de estabelecer, especificamente, a utilização de cada um dos elementos empregados para a construção de “Branca de Neve e os sete anões”.

Palavras-chave

Cinema de Animação; Branca de Neve e os sete anões; 12 princípios da animação; Rotoscopia; Câmera de Múltiplos Planos.

Contextualizando a história da animação

O historiador do Cinema de Animação, Charles Solomon (1994) descreve que o termo animação é uma derivação do verbo latino “*animare*” que significa “*dar a vida a*”, e, que somente a partir do século XX, a animação foi reconhecida como arte visual. Por ela, através da ilusão a imagem ganha movimento. O processo de metamorfoses contínuas, na qual um desenho se modifica e se transforma em outro, acontece devido à ação do movimento que ocorre entre os *frames*. A animação tem uma história própria que surgiu no início do século XX.

Contudo, no final da década de 1920, a animação começava a ganhar outra direção quando Walt Disney, com o curta-metragem “*Steamboat Willie*” (1928), conseguiu cativar os olhos e ouvidos do público através da sincronização do som com a imagem, em todo o curta animado. E é exatamente a partir do ano de 1928, se inicia a chamada *a era de ouro da animação*. Foi neste período de doze

1 Graduado em Cinema e Vídeo, pelo Centro Universitário UNA. Mestrando em Cinema na Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Belas Artes.

2 Doutor em Ciência Animal pela Universidade Federal de Minas Gerais. Professor Adjunto do Departamento de Fotografia, Teatro e Cinema da Escola de Belas Artes da UFMG.

anos (1928 a 1940), que o cinema de animação ganhou o reconhecimento que almejava devido ao seu desenvolvimento técnico e artístico e se estabeleceu como arte cinematográfica.

O estúdio *Walt Disney* foi um dos principais contribuintes para o desenvolvimento da animação. Disney e seus artistas foram os responsáveis pelo reconhecimento da animação como “arte participante da indústria do entretenimento” (PINNA, 2006, p. 63). Walt Disney foi o homem que teve a sensibilidade para perceber na animação o seu potencial e seu sentido cinematográfico. Conseguiu inovar e atrair o público, ao trazer para o cinema de animação inovações técnicas e uma linguagem própria da animação que estabeleceu os códigos referentes aos movimentos e a atuação dos personagens animados. A percepção de Walt Disney o convencia de que era o momento de investir em algo mais ousado.

Branca de Neve e os sete anões, o primeiro longa-metragem de Walt Disney (um tema forte, uma animação extraordinária, cuidadosamente planejada, com uma narrativa soberbamente bem ritmada), não será um marco apenas na história da animação ou do cinema como um todo; transformou-se numa referência além da arte. (LUCENA, 2001, p. 118).

Alberto Lucena afirma que o primeiro filme americano de animação “Branca de Neve e os sete anões” é um marco para o cinema de animação. Mas quais são os aspectos e os elementos que fazem com que o primeiro longa-metragem de Walt Disney tenha esse reconhecimento?

Branca de Neve e os sete anões - o filme marco

“Branca de Neve e os sete anões” o primeiro longa-metragem de animação dos estúdios Disney estreou em 21 de dezembro de 1937. A história que envolve a produção do filme mostra a ousadia de Walt Disney em arriscar na produção de um filme em uma época em que fazer longas-metragens animados era um absurdo. O próprio Walt Disney “se perguntava, às vezes, se alguém iria querer assistir a um desenho animado de longa-metragem” (GABLER, 2009, p. 257).

Em 1934, iniciou o processo de melhoria da história e desenvolvimento do roteiro. Enquanto a história passava por vários reajustes, os animadores assistiam às aulas de análise da projeção da ação, cronometragens, composição, desenho de animais e teorias sobre a cor. Walt Disney buscava em Branca de Neve uma animação distinta não apenas no estilo, mas na composição da paleta de cores também. A paleta de cores que compõem o filme marco é composta por cores neutras. Essa escolha de cores suaves e menos brilhantes era a escolha certa para obter a profundidade e o realismo almejado para o longa-metragem. A produção dos 362.919 *frames* que compõe “Branca de Neve e os sete anões” foi iniciada em fevereiro de 1936. Toda a produção contou com mais de 750 artistas³ para a criação de mais de 2 milhões de desenhos e esboços.

“Branca de Neve e os sete anões” marcou a história da animação e a história do cinema mundial, principalmente pela forma que conduziu sua narrativa e a forma como a animação foi construída, utilizando-se de elementos técnicos desenvolvidos, estudados e aplicados na obra. O processo da construção fílmica, contou com os 12 princípios da animação, a utilização da câmera de múltiplos planos, além da rotoescopia para a criação de movimentos humanos mais realistas e sutis em determinados personagens.

3 Entre os artistas que trabalharam na produção de Branca de Neve e os sete anões, estão incluindo 32 animadores, 102 assistentes, 107 desenhistas intermediários, 20 artistas de layout, 25 artistas de cenários, 65 animadores de efeitos especiais (responsáveis pelo desenho da fumaça, da água e das nuvens, entre outros efeitos) e 158 profissionais incumbidos da colorização dos personagens animados nas chapas de acetato transparente.

Os doze princípios da animação

Os 12 princípios da animação foram alguns dos “conceitos artísticos que permitiram a comunicação convincente da imagem” (LUCENA, 2001, p. 115) na qual Disney e seus artistas instituíram sobre um estudo destinado a observação da essência do movimento. Ao elaborar os 12 princípios da animação, Disney desejava que seus personagens tivessem vida, deveriam ser como atores reais, deveriam ter uma alma. Walt Disney queria que suas personagens animadas tivessem a “ilusão da vida” e este seria o complemento derradeiro para o envolvimento do público com a animação. A síntese dos princípios se deu ao longo da década de 30, quando os estúdios Disney, introduziu vários métodos para a observação e análise do movimento real de seres humanos e animais.

1 Comprimir e esticar

O conceito de comprimir e esticar foi uma das descobertas mais importante dentre os 12 princípios fundamentais da animação, pois caracteriza o movimento do desenho. Este princípio da animação baseado em estudos dos movimentos reais de objetos, animais e pessoas mostram que qualquer um deles independente do peso, possui movimentos conforme a ação exercida. O princípio de Comprimir e Esticar, também tem o intuito de sugerir emoções ao invés de serem somente ações.

2 Antecipação

O princípio da antecipação consiste em antecipar a ação que o personagem vai exercer. E assim, facilitar para o espectador a visualização do acontecimento da cena e principalmente a ação exercida pela personagem. De acordo com White (2006), este princípio e a ação dinâmica do movimento exercido por ele, sintetizam-se da seguinte forma: se um personagem ou objeto vai se mover para uma direção, ele deve primeiramente se mover um pouco na direção oposta ao movimento. O princípio de antecipar a ação é um dos artifícios mais antigos utilizados no teatro, para ajudar a plateia a decifrar os movimentos e ação das personagens no palco.

Walt Disney criou um conceito que as ações nas animações deveriam ser do mesmo modo como os olhos viam na realidade. Se um personagem vai exercer determinada ação, o corpo deve dar ideia de que ele irá exercer o movimento e atenção deve ser dirigida para o movimento. O desenho da cena deve ser claro e coeso para o público poder identificar o princípio de antecipação.

3 Encenação

A encenação é o princípio de animação que além de cobrir o próprio cinema de animação espadana várias outras áreas. Sua origem é provinda da observação de da atuação e comportamento das personagens nas peças teatrais. Sua significação se faz presente na frase “Na apresentação de qualquer ideia, não se deve faltar nada e esta deve ser completamente clara” (THOMAS; JOHNSTON, 1995, p. 56). Quando um personagem de animação está em cena, sua ação deve ser compreendida, a expressão deve ser vista e a sua atuação deverá ser a mais significativa possível para o público, para que este reconheça a sua personalidade e assim sustente a sua credibilidade e o seu afeto.

Com a elaboração do princípio de encenação, a animação passou a ter novas prioridades. Nesse instante, os animadores não deveriam preocupar-se apenas com o desenvolvimento técnico da animação e a ação das personagens. Como consequência disto, não era preciso apenas a história a

ser contada e sim a busca pela melhor forma de narrativa abordada pela história.

4 Animação direta e posição chave

Este princípio também conhecido como “Animação Seguida e Pose a Pose” são duas formas de constituírem a animação. Ambos os métodos são utilizados, pois cada um deles tem sua peculiaridade e vantagens para os diferentes tipos de ação. Tudo vai depender do resultado que anseia e do tempo.

Na animação direta, o animador trabalha com a forma continua e aproveita de sua criatividade desde o primeiro desenho da cena. A finalidade deste estilo é deixar com que o animador incorpore novas ideias ao longo do processo e possa, assim, fazer um desenho após o outro até o término da cena. A vantagem dessa técnica é que o animador “(...) conhece o ponto principal da cena e tudo que deve ser incluído, mas ele deve ter um plano de como tudo deverá ser feito, no momento que começar a animação” (THOMAS; JOHNSTON, 1995, p. 56). Contudo, por mais que o artista conheça o seu trabalho, ele vai perder o controle inicial da obra que tinha e o tempo para a realização da animação será aumentado.

No método Posição Chave, o animador planeja a ação, calcula os desenhos que ele necessita fazer e raciona o trabalho com seu assistente. O animador nesse instante ilustra em uma sequência os desenhos que contém as poses-chaves; em seguida, o assistente do animador cria os desenhos intermediários, também conhecidos como *inbetweens*. Os desenhos intermediários têm a finalidade de fazer “a transição fluida de um extremo ao outro do movimento” (CRUZ, 2006, p. 73) e ainda servem como guia para o tamanho, posição, atitude e a relação com o cenário. Com este princípio houve a necessidade de incorporar ao trabalho dos animadores, os *inbetweens* responsáveis pelos esboços intermediários e os assistentes ou *clean ups*, que ficavam encarregados pela limpeza e finalização da obra.

5 Continuidade e sobreposição da ação

A partir da premissa de Walt Disney que “as coisas não param de uma vez, [...] primeiro vem uma parte e depois a outra” (THOMAS; JOHNSTON, 1995, p. 56) criaram categorias para desenvolver este princípio da animação. A ilusão da vida com este conceito é utilizada nas poses das personagens desenhadas para dar dimensão, solidez e peso.

As categorias que Frank Thomas e Ollie Johnston (1995), citam, para o desenvolvimento do princípio de continuidade e sobreposição da ação, era uma maneira de ajudar a visualizar onde começava uma ação e terminava a outra. Contudo, não existe divisão para a continuidade e para a sobreposição da ação, pois estão intrínsecos no mesmo princípio da animação.

A primeira categoria estudada pelos autores expõe personagens que possuem algum tipo de anexos (como orelhas e rabos) que continuam se movendo, mesmo quando o personagem não exerce mais a ação. Categoria verossímil com a realidade, expressando a sensação de peso independente da caricatura do personagem. Na segunda, quando um personagem é exposto por inteiro e em movimento, e a ação é cessada. As partes mais visíveis da personagem para o expectador, a cabeça, os ombros e os peitos também vão parar de uma só vez. Enquanto os membros inferiores e superiores irão sobrepor à ação. A terceira é vital para dar sensação de vida aos desenhos, proporcionando uma soltura e solidez a eles. Mesmo sendo perceptível somente durante a projeção do filme e não quando desenhados, esta categoria dará as partes mais flácidas do corpo de uma personagem, como bochechas e barrigas, uma velocidade mais lenta que o resto do seu corpo. A quarta considera que,

antes que os desenhos sejam feitos é preciso ponderar sobre as ações finais, para que essas sejam desenvolvidas nas primeiras etapas da animação. Tal categoria tem como finalidade falar “(...) mais sobre o personagem do que a ação em si” (THOMAS; JOHNSTON, 1995, p. 56), fazendo a animação ganhar tanto no entretenimento quanto na atuação das personagens. Finalmente, a quinta categoria emprega no princípio de continuidade e sobreposição da ação todas as outras categorias, através do “congelar e sustentar o movimento”. Com o intento de permitir que o público perceba a ação e atitude dos personagens durante uma pose é preciso que esta permaneça estática por cerca de alguns quadros. As animações que não seguem essa categoria perdem a fluidez da ação, a ilusão de dimensão e os desenhos ficarão com o aspecto chapado na tela.

6 Aceleração e desaceleração

Walt Disney sempre observou e analisou as ações do corpo, com o intuito de conhecer o real para aplicar no desenho animado. Na qual, ele constatou que nenhum corpo, exceto as máquinas, se move uniformemente. O princípio de aceleração e desaceleração, na verdade, consiste na velocidade de execução de um movimento. O clássico exemplo que ilustra essa aplicação é o da bolinha que é lançada ao ar, retorna ao chão quicando em sucessivos pulos, com perda de altitude devido à gravidade, até ficar em total estado de repouso no chão.

Na animação o animador vai construindo os desenhos que irão compor os *frames* de sua obra, trabalhando com as poses-chaves e principalmente com os extremos⁴. E para conseguir que o público veja a “ilusão do movimento” acontecendo de um quadro a outro, é preciso controlar o número de desenhos intermediários (os *inbetweens*). Portanto, quanto mais desenhos intermediários sincronizados forem feitos, mais bonita e fluida ficará a animação, conferindo ao público o poder de captar o espírito da personagem. Por outro lado, um número menor de desenhos dará ao movimento da animação produzida um aspecto mecânico. O estudo deste princípio e sua elaboração foram a contribuição para o aperfeiçoamento de outros princípios da animação: o Ritmo e a Encenação.

7 Arcos

Na observação e estudo para a formulação dos princípios da animação, Disney e seus artistas perceberam que “(...) são poucos organismos vivos que são capazes de fazer um movimento com precisão mecânica” (THOMAS; JOHNSTON, 1995, p. 62). A grande maioria das criaturas vivas, devido ao seu peso ou as suas estruturas internas, descreve algum tipo de arco em seus movimentos.

Antes da descoberta deste princípio os personagens eram construídos de forma rígida e sem flexibilidade, parecendo objetos mecânicos. Com o princípio de Arcos o movimento das animações ganhou trajetórias circulares. O animador gera fluidez e precisão para suas animações, aumentando a similaridade com o real.

8 Ação secundária

Independente da ideia ou da ação que estão sendo desempenhadas na cena, as ações subsequentes ou secundárias podem fortificar essa mensagem. A Ação Secundária se define, exatamente por essa situação, na qual as ações que dão ênfase à ação principal têm o “(...) intuito de

4 Extremos são os desenhos feitos pelo animador na posição inicial do movimento e em sua posição final. Dessa forma, o assistente desenhara os desenhos intermediários dessas posições, tendo os extremos como direção.

agregar charme ao personagem, disponibilizando detalhes que informam sobre a sua personalidade” (CRUZ, 2006, p. 74 e 75).

A Ação Secundária é utilizada para realçar as expressões, destacando a cena para o público. Mas também é muito importante pensar na Ação Secundária para que a mesma não entre em conflito com a ação principal deixando o espectador confuso. Para evitar este tipo de situação o animador anima o movimento mais importante (a ação principal), logo depois analisa a necessidade de outras ações, para que o desenho funcione de uma forma espontânea.

9 Ritmo ou Temporização

Quando os princípios de Ações Secundárias e Sobreposição da Ação foram sintetizados pelo Estúdio Disney percebeu-se algumas complicações quando aplicados em conjunto. A partir daí, constatou-se a importância do tempo e a sua aplicação na animação, até mesmo nos movimentos mais singelos. Antes dessa preocupação o princípio de animação do Ritmo (também conhecido como Temporização) era limitado a movimentos rápidos e movimentos lentos. Contudo, como Disney desejava dar vida a suas personagens, ao longo do estudo percebeu que para determinar a caracterização da personagem, o que valia não era apenas a sua aparência e sim seus movimentos e a velocidade em que eles aconteciam. O Ritmo é o princípio que dá à animação a ação e atitude das personagens, ele é um dos responsáveis pelas mais diversas personalidades existentes nos desenhos Disney, como as sete personalidades distintas dos anões de Branca de Neve.

Tony White (2006) aborda a importância do estudo do princípio de Ritmo, no qual um personagem ou objeto não podem mover-se arbitrariamente, o seu *layout* (estrutura, forma e volume) deve interferir no movimento. O anão Dunga tem um movimento diferente comparado ao da Rainha maléfica. Essa importância dada à construção do personagem e ao seu movimento define sua personalidade, constituindo a credibilidade da personagem.

10 Exageração

Se um personagem está triste, faça-o tristíssimo, brilhante, faça-o mais brilhante; preocupado, faça-o preocupadíssimo; selvagem, faça-o mais selvagem (THOMAS; JOHNSTON, 1995, p. 65).

No primeiro instante os animadores pensavam que o princípio da Exageração era para fazer desenhos distorcidos ou com uma ação violenta e perturbadora, mas viram que estavam equivocados. A Exageração é a representação de forma clara e evidente da personalidade, ação ou sentimento do personagem, alinhados a sua fisionomia desenhada. Walt Disney desejava o real, um desenho que transmitisse realismo e personalidade. E uma personalidade apropriada constituía a credibilidade.

A credibilidade é o fator que permite um longa-metragem de animação entreter o público, em uma narrativa com começo, meio e fim, provocando no espectador a mais vasta gama de sentimentos e reações provindas do ser humano.

11 Desenhos sólidos ou volumétricos

O princípio de Desenhos Sólidos ou Volumétricos é a capacidade do artista em criar desenhos que transpareçam na imagem às impressões de peso, profundidade e equilíbrio. Nos estúdios Disney a preocupação era “desenhar a realidade”, para isso era necessário fazer uma caricatura do real. Contudo, as figuras deveriam ser volumétricas, sólidas e tridimensionais.

De acordo com Paula Cruz (2006) este princípio é levado ao extremo com a animação digital 3D. Pois, mesmo a imagem chapada na tela do computador, com a modelagem e todas as suas possibilidades e técnicas assume uma materialidade de um desenho sólido semelhante ao cinema *live action* e as animações em *stopmotion*.

12 Apelo

Não só os personagens simpáticos têm necessidade do Apelo em seu design, mas os vilões e os cômicos também devem ter tanto quanto. Apelo é uma qualidade prazerosa e fascinante que faz uma pessoa se divertir olhando para qualquer desenho (THOMAS; JOHNSTON, 1995, p. 68).

O Apelo é o que nos motiva para apreciação de um desenho, independente de qualquer outro fator, como o charme, simplicidade, comunicação ou magnetismo. O Apelo é necessário para qualquer personagem de animação.

O Apelo nada tem a ver com o caráter da personagem, nem com a trama da narrativa. A atenção do espectador é atrelada pela atração, pelo movimento e a expressão do personagem que desenvolve na história. “Enquanto o ator de *live action* tem o carisma, o desenho animado tem o Apelo” (THOMAS; JOHNSTON, 1995, p. 68).

Rotoscopia

Em 1915, a técnica de animação, conhecida por Rotoscopia, é desenvolvida pelos irmãos Max e Dave Fleischer. Os irmãos Fleischer criaram um aparelho chamado rotoscópio, que tinha como objetivo “obter movimentos realistas no desenho” (LUCENA, 2001, p. 69). A técnica possibilitava ao animador desenhar sobre cada um dos *frames* de uma sequência de imagens com atores de *live action* pré-captadas colocadas no aparelho.

A rotoscopia permitiu para a animação uma suavidade nos movimentos das personagens. Tony White (2006) ainda compara a invenção dos irmãos Fleischer com a técnica de MoCap (motion capture)⁵. Está técnica, bastante utilizada atualmente em filmes *live action*, é a evolução da rotoscopia inventada no início do século XX.

O estúdio Disney também se utilizou do invento dos Fleischer no estudo e na análise de atores reais com a técnica de rotoscopia, pois acreditavam na convicção que Walt Disney relatava: “Eu definitivamente sinto que não podemos fazer coisas fantásticas baseadas no real, a não ser que nós conheçamos o real” (THOMAS; JOHNSTON, 1981, p. 71). Esse estudo serviu para a construção dos personagens com anatomias e movimentos humanos de “Branca de Neve e os sete anões”.

A rotoscopia no primeiro instante foi utilizada apenas como guia para o desenho das ações das personagens. Os animadores observavam as cenas filmadas, com atores reais exercendo os movimentos, e escolhiam as poses que lhe agradavam. Walt Disney exigia que os animadores devessem apenas captar o sentimento e o movimento exercido pelos modelos e não copiá-los. Contudo, devido à pressão crescente para a finalização do filme a tempo de ser apresentado na estação do inverno de 1937, os animadores utilizaram a técnica de rotoscopia. A utilização do rotoscópio era uma das formas para acelerar a produção do filme. Já que as personagens humanas eram as que se mostravam as mais difíceis de desenhar.

⁵ Técnica digital, que, através de sensores, captura o movimento de pessoas e animais e transpõem para o computador.

Câmera de múltiplos planos

A câmera de múltiplos planos foi a inovação técnica criada pelo estúdio Disney para a concepção de tridimensionalidade e profundidade de campo no cinema de animação tradicional. De acordo com Lucena (2001), depois do impulso de enriquecimento técnico, plástico, mecânico e cênico que a animação obteve com os aparatos e técnicas desenvolvidas pelo estúdio Disney na década de 30. A fotografia dos desenhos animados também precisava de um tratamento, precisava de uma evolução.

A fotografia de desenho animado era feita colocando-se as folhas de acetato diretamente sobre os cenários, prensadas com chapas de vidro para não causar efeito de recorte ou silhueta. [...] Com personagens desenhados em perspectiva, movimentando-se para o fundo de um cenário, a ilusão de profundidade estava garantida – desde que a câmera permanecesse fixa. Isso porque, se a câmera avançasse, seria percebido que tanto o personagem como as partes mais próximas e mais distantes do cenário se aproximariam com a mesma velocidade – e isso não está de acordo com o mundo físico. Os efeitos de iluminação obtidos pelo uso de tonalidades na pintura de personagens e cenários também seriam prejudicados. O resultado era danoso para a ilusão de realidade que Disney almejava (LUCENA, 2001, p.111 e 112).

Walt Disney foi o patenteador da engenhosa maquinaria:

“que consistia em uma câmera presa a uma truca com uso de vários planos de cenários sobre pranchas de vidros, controlados separadamente, permitindo construir a profundidade de campo através do uso correto da distância focal e da iluminação” (MARTINS, 2004, p. 141).

A câmera de múltiplos planos ajudou a formular o realismo estético, que Disney almejava para suas animações, e deu outra perspectiva a ilusão de profundidade do cinema de animação. No artigo de Andrew R. Boone (1938), é explanado o projeto e o funcionamento da câmera de múltiplos planos. O aparato é constituído por quatro pilares de aço posicionados verticalmente, sendo que, cada pilar sustentava um número de até oito pranchas ao longo do qual, essas podiam se deslocar horizontalmente e verticalmente. Em cada prancha monta-se o quadro com a folha de celuloide na qual cada um representa um plano. Nos primeiros planos são utilizados os desenhos da ação da animação, os planos seguintes são as folhas de celuloides que compõem o cenário e os últimos quadros, que são fixos, representam o “(...) céu, com nuvens e efeitos de atmosfera” (LUCENA, 2001, p. 114). A câmera de seis metros quadrados fica a onze metros de altura e realiza com extrema precisão o registro fotográfico dos planos que compõem a cena. E o diferencial deste projeto é a iluminação independente em cada prancha criando um balanço de luz e cor entre os diferentes planos.

A câmera de múltiplos planos correspondeu às expectativas de criar uma realidade estética na animação. E mesmo que o processo para a operação dessa engenhosidade fosse lento, trabalhoso e de custos elevadíssimos, tal maquinaria proporcionou a evolução da fotografia no cinema de animação.

Considerações finais

“Branca de Neve e os sete anões” é o resultado definitivo do desenvolvimento técnico e narrativo do cinema de animação, sendo uma produção pioneira em Hollywood. Com o devido reconhecimento como arte e servindo de parâmetros para outras produções do gênero. E após a análise dessa pesquisa percebemos que os meios utilizados, alguns até mesmo criados, para a produção de “Branca de Neve e os sete anões” contribuíram para a sua referência e notoriedade. Então, tecnicamente, estes elementos realmente ajudaram a instaurar este título, contudo, não foram os únicos. Todo o filme, na

verdade, teve a aplicação de ingredientes certos (roteiro, técnicas, direção, fotografia, montagem e trilha sonora) que foram precisos e cuidadosamente empregados. E o mestre-cuca desta receita é Walt Disney, que nos mostra para constituir arte é preciso muito esforço e dedicação, principalmente para a animação, que revela um trabalho árduo na construção de seus filmes.

Mesmo que Walt Disney não tenha gostado da utilização da técnica de rotoscopia, ela foi essencial para a entrega da produção no tempo estabelecido, por mais que os animadores não estivessem preparados para animar personagens humanas. Contudo, os mesmos se dedicaram para aprender a essência do movimento humano. Pode-se dizer que a técnica da rotoscopia que foi utilizada nas personagens com características humanas, tinha o propósito de dar a realidade provinda do movimento humano ao desenho, fator que estava relacionado ao desejo de Walt Disney, a “ilusão da vida”. Tanto que, mais tarde, em outros filmes do estúdio Disney, percebe-se o amadurecimento das técnicas com o desenho da figura humana, na qual não se utiliza a rotoscopia (“Cinderela” (1950), “Pequena Sereia” (1989), etc.).

A câmera de múltiplos planos, criada com o intuito de designar para a fotografia do filme a sensação de profundidade e tridimensionalidade, constituindo assim a realidade estética desejada por Walt Disney. Com a sua utilização podemos perceber os diversos níveis de cenários que se localizam mais próximos e mais distantes da câmera. A câmera de múltiplos planos serviu como base para o desenvolvimento de sistemas que simulam a sua finalidade prática na animação e composição digital (2D e 3D). Graças à câmera de múltiplos planos, temos a profundidade realística e tridimensional, mesmo que construídas por computador, das cenas da dança de “A Bela e a Fera” (1990) e da floresta de “Tarzan” (1999).

Em contrapartida, os doze princípios da animação, com a finalidade de dar a “ilusão da vida” às personagens animadas e o hiper-realismo ao movimento, realmente fizeram a diferença para a notoriedade e aprovação do filme como um marco. Os princípios deram às personagens a “ilusão da vida” que Walt Disney tanto almejava, e elevaram a arte da animação a novos níveis de sofisticação. Os princípios da animação são os responsáveis em dar aos personagens as características necessárias para a sua construção gráfica. Além de uma personalidade distinta e a credibilidade necessária para que os personagens tenham um desempenho notável na narrativa.

E as personagens do filme “Branca de Neve e os sete anões” carregam consigo uma constituição única, o que reflete a nós, o público, a sensação de que são dotados de um espírito. Mesmo que, algumas das personagens tenham sido constituídas da “ilusão da vida”, com a ajuda da técnica da rotoscopia, a personalidade presente nos mesmos foi cometida graças às finalidades de alguns dos princípios. Gerando assim a credibilidade para todos os personagens da narrativa. Sobre isso, ainda, ressaltamos que os princípios da animação também proporcionam o ritmo necessário para que a narrativa consiga atrelar a atenção do público.

O sucesso de “Branca de Neve e os sete anões”, permitiu que o estúdio Disney continuasse explorando novas tecnologias e técnicas narrativas na história da animação. O que de certa forma, favoreceu uma liberdade para inovar e construir novas bases para os longas-metragens produzidos até hoje, constituindo outros marcos. Walt Disney ao produzir “Branca de Neve e os sete anões” criou um filme excelente, uma obra de arte que transcendeu o tempo e auferiu seu lugar entre os grandes clássicos.

Referências

- BOONE, Andrew R. The Making of Snow White and the Seven Dwarfs. In *Popular Science Monthly*. EUA. 1938. <http://blog.modernmechanix.com/2007/03/30/the-making-of-snow-white-and-the-seven-dwarfs/> Acessado em 9/03/2010.
- CRUZ, Paula. *Do Desenho Animado a Computação Gráfica: A estética da Animação à Luz das Novas Tecnologias*, Salvador, Monografia (Bacharel em Produção em Comunicação e Cultura), Universidade Federal da Bahia, pp.150, 2009.
- GABLER, Neal. *Walt Disney: O triunfo da Imaginação Americana*, New York, Novo Século, 2009.
- LUCENA, Alberto. *Arte da animação: Técnica e estética através da história*, São Paulo, Senac, 2001.
- MARTINS, André. *A Luz no Cinema*, Belo Horizonte, Dissertação (Mestrado em Artes Visuais), Universidade Federal de Minas Gerais, pp.209, 2004.
- PINNA, Daniel. *Animadas Personagens Brasileiras: A linguagem visual das personagens do cinema de animação contemporâneo*, Rio de Janeiro, Dissertação (Mestrado em Programa de Pós-Graduação em Artes e Design), Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, pp.452, 2006.
- SOLOMON, Charles. *The history of animation: enchanted Drawings*, New York, Wings Books, 1994.
- THOMAS, Frank; JOHNSTON, Ollie. *The Illusion of Life: Disney Animation*, New York, Disney Editions, 1995.
- WHITE, Tony. *Animation from Pencils to Pixels: Classical techniques for digital animators*, Oxford, Focal Press/Elsevier, 2006.

Referências audiovisuais

- A Bela e a Fera*. TROUSDALE, Gary; WISE, Kirk. EUA: 1991. 84 minutos
- A Pequena Sereia*. CLEMENTS, Ron; MUSKER, John. EUA: 1989. 85 minutos
- Branca de Neve e os sete anões*. HAND, David. EUA: 1937. 83 minutos
- Cinderela*. GERONIMI, Clyde; JACKSON, Wilfred; LUSKE, Hamilton. EUA: 1950. 72 minutos
- Steamboat Willie*. DISNEY, Walt; IWERKS, Ub. EUA: 1928. 7 minutos
- Tarzan*. BUCK, Chris; LIMA, Kevin. EUA: 1999. 88 minutos

A concepção da composição musical no cinema de animação: A associação entre o efeito visual e as canções do filme “A Bela e a Fera”

Felipe de Castro Ramalho¹
Maurício Silva Gino²

Resumo

Este estudo busca discutir e associar sobre a concepção da composição sonora de Alan Menken e Howard Ashman com o efeito visual da animação tradicional adotado para o filme dos estúdios Disney “A Bela e a Fera” (*Beauty and the Beast*, 1991). Para esta pesquisa, foi descrito sobre a concepção musical e o cinema de animação, e as classificações das composições musicais para a narrativa fílmica. Logo depois, é analisado a concepção musical e o efeito visual do filme “A Bela e a Fera” buscando uma associação entre eles. Além de possíveis classificações para as canções e a forma como a música foi composta para auxiliar no desenvolvimento da narrativa do filme.

Palavras-chave

Concepção Musical; Cinema de Animação; A Bela e a Fera; Alan Menken; Howard Ashman.

A composição musical e o cinema de animação

Um não pode viver sem o outro. Já pensaram nisso? Nunca existiu o que a gente chama de cinema mudo. Por que não havia cinema sem música, de uma forma ou de outra. Em qualquer projeção pública do antigo cinematógrafo havia sempre uma orquestra ou, no mínimo, um pianista acompanhando a exibição. Tocando música para criar clima romântico nas cenas adequadas e música de ação tipo cavalaria ligeira para as cenas de perseguição. - Rubens Ewald Filho (Prefácio de BERCHMANS, 2006).

A música é um elemento de extrema importância na construção de um filme. De acordo com Berchmans (2006), a música no cinema tem como função primordial de sensibilizar os espectadores. Competem a esse elemento, causar no espectador os mais distintos sentimentos e sensações. Tony Berchmans (2006), ainda complementa que a composição musical de um filme “têm uma função soberba e de fato têm o poder de influenciar a história contada” (BERCHMANS, 2006 p.20).

E desde a época do cinema mudo, os cineastas já viam como o recurso musical era um fator

1 Graduado em Cinema e Vídeo, pelo Centro Universitário UNA. Mestrando em Cinema da Universidade Federal de Minas Gerais, da Escola de Belas Artes.

2 Doutor em Ciência Animal pela Universidade Federal de Minas Gerais. Professor Adjunto do Departamento de Fotografia, Teatro e Cinema da Escola de Belas Artes da UFMG.

que complementa a diegese entre o espectador e a obra fílmica. Como é o caso do filme mudo “O Nascimento de uma Nação” (*The Birth of a Nation*, 1915), na qual uma orquestra musical fez uma composição especial e específica para o filme épico. D.W. Griffith, o diretor do filme, foi um dos primeiros diretores a se preocupar com a música e os arranjos musicais para suas produções.

Outro cineasta que se preocupou com a acuidade da música e do som no cinema foi Walt Disney. A preocupação de Disney com o som deriva desde o primeiro curta-metragem que apresentou Mickey Mouse ao mundo. Lucena (2005), afirma que *Steamboat Willie* não foi o primeiro curta-metragem animado sonorizado. Contudo, é dado a Walt Disney o título de precursor e um dos pioneiros na introdução do som no cinema devido a excelente sincronização entre som e imagem.

Entre 1929 e 1939, Walt Disney produziu a série Sinfonia Ingênuas (*Silly Symphonies*), 75 curtas de animação que introduziu “a música como importante artifício para contar uma história” (SURREL, 2009, p.17). Por se tratar de curtas-metragens sem diálogos, apenas com uma composição musical instrumental, a série Sinfonias Ingênuas ganhou sua internacionalização e o sucesso pelo mundo. E a aspiração de Disney com a composição musical era ir mais além:

Temos de estabelecer um novo padrão, uma nova maneira de usar a música. Entretecê-la na história, de modo que não seja simplesmente alguém irrompendo em uma canção. - Walt Disney (Citada por SURREL, 2009, p.87).

E com esse anseio, os estúdios Disney desde seu primeiro longa-metragem animado “Branca de Neve e os sete anões” (*Snow White and the Seven Dwarf*, 1937), “estabeleceram um ‘novo padrão’” (SURREL, 2009, p.88). A composição musical utilizada em “Branca de Neve e os sete anões” auxilia no desenvolvimento da narrativa, além de demonstrar as personagens e seus desejos. Essa utilização que tem também como objetivo entreter o público, ficou conhecido como musicais de animação.

A partir do surgimento deste estilo de animação nos cinemas, as canções ganharam tamanha importância que se assemelham aos próprios personagens animados, fazendo parte do elenco da produção animada. E cada uma das músicas compostas para os musicais de animação, tem papel e função específica para auxiliar na arte de contar uma história na tela.

Algumas canções correspondem a tipos que preenchem funções decisivas, como apresentação de personagens, a passagem de um trecho possivelmente cansativo ou o avanço da trama, de maneira que nenhum diálogo conseguiria realizar. Cada uma dessas canções em geral coincide com um beat essencial da história na estrutura global de um filme (SURRELL, 2009, p.90).

Surrell (2009) ainda propõe algumas classificações para as composições musicais dos filmes dos estúdios Disney: canção “hino”, canção “eu quero”, canção “puro entretenimento”, “canção de amor”, “canção do vilão”. Cada uma dessas classificações com suas características próprias.

Semelhante a essa classificação que Surrell aponta sobre os filmes musicais animados da Disney. Johnny Wingstedt (2005) aborda algumas classificações específicas sobre a música como narrativa de modo geral, abordando o cinema como todo. Ele define, de acordo com sua experiência prática de compositor, outras categorias, classes e funções da música no cinema. Sendo elas:

- Emotiva – tem como função descrever o sentimento de uma personagem, estabelecer relacionamentos entre personagens. Podendo acrescentar credibilidade e até mesmo iludir os espectadores, sugerindo atmosferas psicológicas.
- Informativa – que se divide em três categorias:
 - o Comunicar significado - Tem como função esclarecer situações confusas, confirmar ao espectador determinada interpretação e fazer a comunicação de pensamentos não verbalizados.
 - o Comunicar valores – Determina a época, contexto cultural, ou indica determinado status social.

o Estabelecer reconhecimento – Associa os sons a alguma personagem ou outro produto da narrativa.

- Descritiva – Competem a essa classe duas categorias:

o Descrição de contexto – Descreve a atmosfera do ambiente (a hora do dia ou estação do ano) ou o contexto real do ambiente (descreve o oceano ou uma floresta).

o Descrição de atividade física – sincronização do som e imagem, numa marcação imitativa.

- Guia – consiste de duas categorias:

o Indicativa - Direciona a atenção e focaliza o detalhe.

o Mascaramento – esconde possíveis perturbações sonoras de diferentes origens.

- Temporal – Apresenta duas categorias:

o Criar continuidade - construir continuidade seja elas de curto prazo ou entre diferentes sequencias ou continuidade em todo o filme.

o Definir estrutura e forma – apresenta uma característica estrutural da música amplamente aproveitada na construção e fluxo narrativos.

- Retórica – destaca na narrativa podendo fazer possíveis julgamentos de valores, tomar partidos e realizar colocações políticas e filosóficas.

E um dos intuitos deste trabalho é exatamente analisar nas canções compostas por Howard Ashman e Alan Menken, para o filme dos estúdios Disney “A Bela e a Fera” (*The Beauty and the Beast*, 1991) de Kirk Wise e Gary Trousdale, as possíveis classificações referentes à música como narrativa e sua função fílmica definida pelos autores já citados.

A Bela e a Fera e as composições musicais de Alan Menken e Howard Ashman

“A Bela e a Fera”, dirigido por Kirk Wise e Gary Trousdale, conta a história de amor entre Bela, uma jovem bonita e inteligente que vive numa pequena aldeia francesa, e a Fera, um príncipe enfeitiçado que vive preso num castelo. “A Bela e a Fera” foi a primeira animação dos estúdios Disney a ser indicado para o Oscar de melhor longa-metragem. Bruzzo (1996), afirma que mesmo que o filme não tenha faturado a cobiçada estatueta. A indicação ao prêmio finalmente deu a devida importância aos filmes animados, igualando-se aos filmes de ação real.

O filme “A Bela e a Fera”, “tem uma importância para a animação menos por suas características enquanto produto fílmico e mais por sua repercussão no mercado” (BRUZZO, 1996, p.188). A autora Cristina Bruzzo (1996), ainda afirma que a música do filme “A Bela e a Fera” serviu para alavancar a estima da animação. Sendo que as composições musicais do filme foram feitas pelos compositores Alan Menken e Howard Ashman.

Alan Menken é um dos compositores que vem se destacando na história do cinema, especificamente no cinema de animação. O músico, ao longo de sua carreira, recebeu 19 indicações ao Oscar. E o mesmo faturou o prêmio na categoria de melhor trilha sonora dos filmes “A Pequena Sereia” (*The Little Mermaid*, 1989), “A Bela e a Fera”, “Aladdin” (1992) e “Pocahontas” (1995). Alan Menken descobriu que gostava do desafio de criar música para os personagens e adaptar as histórias.

Nas composições das partituras do filme “A Bela e a Fera”, Menken trabalhou juntamente com seu parceiro Howard Ashman. Ashman, além de compositor foi o produtor executivo e um dos principais colaboradores para o desenvolvimento e a estrutura narrativa do filme durante as fases de roteiro e *storyboard*. Contudo, Howard Ashman faleceu em 1991, devido às complicações do vírus da AIDS, alguns meses antes do lançamento do filme.

Os compositores veem a música como uma personagem dos filmes animados, sendo muito importante para o desenvolvimento da história. Menken afirma que durante a construção musical ele

adapta a história e tenta perceber onde estão as oportunidades para que a música seja cantada. Além disso, de acordo com Cristina Bruzzo (1996), Alan Menken constrói a composição sonora destes filmes animados “pensando no efeito visual do desenho” (BRUZZO, 1996, p.189). E é esta uma das propostas deste artigo, tentar elucidar sobre a concepção musical dos compositores Alan Menken e Howard Ashman, relacionando sua construção musical ao efeito visual do filme “A Bela e a Fera”.

A narrativa do filme “A Bela e a Fera” inicia explicando a história da transformação do príncipe na fera, através de vitrais coloridos de um castelo. A partir daí, somos apresentados à primeira música do filme *Belle*, que descreve um pouco da personagem que canta. Alan Menken³ delineia a primeira música do filme como uma opereta em tom irônico, na qual a música apresenta muita informação da história de uma forma divertida.

Os primeiros versos da canção *Belle* já podem ser associados ao efeito visual do filme. Na letra, Bela canta sobre como tudo é igual na sua aldeia, e pode-se perceber que a protagonista é a única que utiliza da cor azul em sua colorização. Dessa maneira a personagem se destaca perante o fundo e aos demais personagens.

Além disso, os próprios olhos da protagonista são bem mais delineados e coloridos, diferentes dos olhos dos moradores que são formados apenas por círculos com o globo ocular em tom escuro. Analogia referente à visão de Bela em almejar mais que a vida do interior. Na canção também é apresentado o antagonista da história que deseja casar com Bela e como os moradores o idolatram pela sua beleza, força e ignorância. Características muito bem representadas na composição visual do personagem Gaston (grande, robusto, queixo e ombros largos).

Em sumo, a canção *Belle* retrata os desejos e esperanças da protagonista. A vontade de vivenciar algo além da mesmice da aldeia. Situação rotineira na qual Bela também expressa na canção ao pronunciar “*A vida aqui nunca vai mudar*”. A canção *Belle* é novamente reprisada em outro momento do filme, quando a personagem está sozinha, para reforçar suas motivações.

Nessa ocasião da reprise da música, o efeito visual da animação começa com o desenho de um campo aberto com montanhas e um rio ao fundo. Logo em seguida, o enquadramento da fotografia da animação com a Bela em *contra-plongée* e um céu aberto ao fundo. Estes momentos remetem ao espectador a sensação de liberdade, jus a primeira estrofe da canção “*Eu quero viver num mundo bem mais amplo. Com coisas lindas para ver*”.

A canção *Belle*, de acordo com Surrell (2009), é considerada a canção “eu quero”, pois além de apresentar a protagonista e seus sonhos ambiciosos, retrata também a vida enfadonha na aldeia e o que os moradores pensam a respeito de Bela. Na definição de Johnny Wingstedt (2005), a canção *Belle* é informativa no sentido de comunicar significados. Pois é através da canção que conhecemos mais sobre a personagem e a forma que a aldeia visualiza a protagonista. Além disso, a canção também é emotiva, pelo fato de demonstrar os sentimentos e desejos de Bela. Sendo também o primeiro contato do público com a personagem, vai ser através da canção *Belle* que o público vai se identificar com a futura princesa.

A segunda canção que é apresentada ao público é a *Gaston*, a letra dessa canção foi reescrita várias vezes e ainda foi necessário retirar alguns versos da versão final utilizada no filme. Esta música de acordo com Alan Menken é considerada uma canção visual, na qual a letra sugere uma ação ou situação engraçada.

A canção *Gaston* é a música cantada pelo antagonista da história, o personagem Gaston e o bajulador Lefou. Por se tratar de uma canção visual, percebe-se como toda música foi concebida

³ Alan Menken é um dos comentaristas da versão diamante do DVD do filme “A Bela e a Fera”, lançado em 2011. Além disso, Alan Menken também é comentarista do extra Música e Mais. Portanto, todas as afirmações referentes ao compositor e aos diretores foram retiradas desta versão do DVD.

pensando no próprio efeito visual da animação. De acordo com o compositor Alan Menken, todas as rimas da canção foram feitas do ponto de vista do próprio *storyboard* do filme. As primeiras estrofes da música remetem a bajulação de Lefou e como Gaston é admirado na aldeia. Na concepção visual do filme, Gaston está sentando em um enorme trono enquanto os demais personagens o idolatram como rei único “*Não há igual a Gaston. Nem melhor que Gaston*”.

A canção juntamente com o efeito visual da animação frisa a masculinidade do personagem, a força, superioridade e a ignorância “*Ele é forte, ele é tão musculoso. Tenho muque para dar e vender*”. O efeito visual durante a canção ainda demonstra uma briga entre Gaston e os demais personagens, na qual o antagonista é o vencedor. Em outra parte, demonstra sua força ao carregar com apenas um braço, um banco de madeira na quais três donzelas estão sentadas, admirando a eficácia do homem másculo. Em um dos momentos é demonstrado Gaston todo pensativo numa disputa de xadrez. Contudo, devido a sua ignorância o personagem soca o tabuleiro derrubando tudo e fazendo jus aos versos sobre sua vitória e soberania “*Ninguém bate em Gaston. Nem combate Gaston*”.

“A Bela e Fera” é um musical de animação, por isso a canção *Gaston* foi escrita com intuito de ser um grande número teatral encenado por desenhos animados. De acordo com Surrell (2009), *Gaston* é considerada como a “canção do vilão”, pois é o resguardo musical do protagonista e de seu comportamento execrável. As canções do vilão apresentam para a plateia o antagonista da história e toda a capacidade do personagem em causar dor e sofrimento ao herói. No caso, da música *Gaston*, o espectador visualiza a agilidade do personagem como exímio caçador de animais e a parede repleta de cabeças empalhadas de animais na sala. Antecipando ao público, que o próximo troféu que pode decorar a parede é a cabeça da Fera.

A próxima música apresentada ao público é *Be Our Guest*, outra canção que tem todo caráter teatral. A canção *Be Our Guest*, no primeiro instante foi escrita para quando Maurice, pai de Bela, chegasse ao castelo para pedir ajuda. Contudo, a equipe decidiu que a música deveria ser cantada para Bela, pois era uma forma de deixar a protagonista mais a vontade no castelo encantado.

Be Our Guest tem como ideia central de que os objetos estão presos e isolados no castelo, sem nada para fazer durante muito tempo, e quando surge um convidado ficam contentes em servi-lo. “*Mas o que é um jantar sem um pouco de música?*” Expressa Lumiere sobre o espetáculo que vai começar. A canção demonstra o candelabro Lumiere apresentando o jantar a Bela e fazendo com que ela fique *Be Our Guest* (À Vontade) para escolher o *menu*.

Enquanto a letra da canção retrata algumas das especialidades da culinária francesa, o efeito visual do filme demonstra os objetos encantados carregando os quitutes para a protagonista. E a própria letra da canção frisa a ideia de que todos os objetos estão em festa e felizes para homenagear a convidada. Em contrapartida, ao lado festivo da canção, os objetos também aproveitam da apresentação para expor a Bela à infelicidade deles por não servirem ninguém durante os anos que estão sobre o feitiço “*Não faz bem vivermos sem servir alguém*”.

Na parte final da canção, fica claro como a música foi feita para ser um grande espetáculo musical teatral repleto de personagens. Em meio, aos bolos e sobremesas, Lumiere canta sobre a alegria de servir. Enquanto vários açucareiros dançam entre as camadas dos bolos e garfos coreografam num imenso lustre amarelo. Tudo isso em meio a luzes coloridas que fazem referência as luzes de palco utilizadas no teatro.

Howard Ashman e Alan Menken quando fizeram a composição musical de *Be Our Guest* queriam fazer uma homenagem musical e um pastiche⁴ inteligente. De acordo com Menken, a canção repassa

4 O dicionário Priberam define Pastiche como obra literária ou artística na qual se imitou a maneira de outro escritor ou artista. (<http://www.priberam.pt/>).

a impressão de ser conhecida ao público, mas é extremamente original e aparatosa. A música *Be Our Guest* é na realidade um tributo a Maurice Chevalier⁵ e aos musicais de Busby Berkeley⁶.

Be Our Guest, de acordo com a definição de Surrell (2009), seria a canção “puro entretenimento” assemelhando-se aos grandes musicais da Broadway e arrancando sorrisos do público. Alan Menken afirma que o próprio Howard Ashman assegurava que a animação é o último refúgio do musical da Broadway. Por isso algumas das composições musicais do filme têm um tom teatral. Mas mais que isso o compositor Howard estruturou e colocou as músicas nos mesmos locais que estariam num espetáculo teatral.

Quanto à classificação de Johnny Wingstedt (2005), *Be Our Guest* é uma canção emotiva, pois além de estabelecer a relação de confiança dos objetos encantados com Bela. A mesma demonstra as emoções dos personagens objetos e utensílios domésticos em uma atmosfera teatral. Além disso, é também informativa ao intuito de comunicar valores, evidenciando todo o luxo do castelo através de jantares requintados e louças finas.

Something There é o dueto dos personagens que dão nome ao filme. Em “A Bela e a Fera” pode-se perceber que ao longo do filme a Fera vai ficando com uma posição mais ereta, andando como homem e não como um animal. Tão situação também é demonstrada na aparência do personagem e nas suas vestes. O personagem começa a cuidar mais de sua aparência. E foi exatamente nesta lenta evolução, que a produção do filme encontrou um momento na qual a Fera pudesse cantar e se expressar.

No primeiro momento da canção, os versos da música refletem a visão dos protagonistas: [*Fera*] “*Eu reparei o seu olhar. Jamais alguém me olhou assim alguma vez*”. E associando isso ao efeito visual da animação, os enquadramentos do desenho focam bastante nos olhares de Bela para a Fera e da Fera para a Bela. No segundo momento, a canção é cantada pelos objetos encantados que percebem a aproximação entre os protagonistas “*Estamos vendo alguma coisa acontecer*”. E com isso o feitiço pode ser desfeito. Sobretudo, a canção *Something There* sedimenta o relacionamento de Bela com a Fera.

De acordo com Surrell (2009), as músicas dos filmes da Disney podem ter outras funções além das quais foram informadas. E mesmo assim podem preencher uma função decisiva como “a passagem de um trecho possivelmente cansativo ou o avanço da trama, de maneira que nenhum diálogo conseguiria realizar” (SURRELL, 2009, p. 90). No caso de *Something There* a música demonstra o passar do tempo e a aproximação dos personagens. Na classificação de Johnny Wingstedt (2005), a canção é emotiva, por demonstrar ou elucidar os sentimentos que nasce entre os protagonistas. E temporal, pois cria uma continuidade entre as sequências. Demonstrando também a passagem de tempo, os meses que Bela já habita o castelo encantando.

A música *Human Again* foi a canção composta por Howard e Alan que não entrou na exibição do filme no seu lançamento na década de 90. A música acabou não sendo utilizada, devido ao fato de prolongar demais o tempo do filme, e por acreditarem que a canção desviava a atenção do conflito entre Bela e a Fera. Contudo, 10 anos depois do lançamento do filme, a música foi utilizada na edição especial do filme. A inclusão da sequência musical de *Human Again* reuniu a equipe original de cineastas, dubladores e os animadores. Estes que criaram novas cenas animadas embaladas pelo novo número musical.

O diretor Kirk Wise disse que a inclusão da canção torna a história ainda mais profunda. Pois,

5 Maurice Chevalier (1888-1972) foi ator, cantor, humorista e compositor francês. Chévalier compôs muitas músicas famosas inclusive a canção “The Aristocats”, trilha sonora do filme da Disney “Os Aristogatas” (1970).

6 Busby Berkeley (1895-1976) coreógrafo e cineasta americano. Quando o gênero musical surgiu, Berkeley foi um dos revolucionários ao criar coreografias extravagantes e bem elaboradas.

o público passa a se familiarizar e conhecer os sonhos e desejos dos objetos mágicos, quando o feitiço acabar e voltarem a ser humano. De acordo com Alan Menken, *Human Again* foi a composição musical mais ambiciosa do filme, os compositores queriam a letra da música no nível de Sondheim⁷. *Human Again* é uma valsa que começa tranquila e vai ficando exuberante, ao ser cantada pelos objetos encantados do castelo, sobre a mudança nos seus destinos e o retorno a ser humano.

A primeira parte da canção demonstra os personagens expondo seu desejo por voltar a ser humano outra vez. Lumiere retrata seu desejo a voltar a ser humano para poder voltar a ser um galanteador charmoso. Nessa primeira parte da música, o efeito visual simplesmente tenta demonstra de forma bem simplória a ação dos versos da canção cantada pelos personagens.

Na segunda parte, fazendo jus a valsa vivaz que é a canção, o efeito visual do filme demonstra várias vassouras dançando no amplo salão do castelo. E os diretores quiseram frisar o movimento sincronizado dos objetos, ao simular uma câmera que adentra no recinto e com um plano médio e plano do alto o espectador visualiza os vários dançarinos rítmicos, cantando sobre “*Reassumindo a alegria de viver*”.

Human Again, mesmo sendo uma canção “puro entretenimento”, a música estabelece uma função na narrativa principalmente do momento, revelando sobre a possível quebra do encanto e a reestruturação da natureza humana dos objetos encantados e da própria Fera. Mais que entretenimento, é uma canção emotiva por frisar o desejo e a vontade dos objetos em se tornarem humanos novamente.

A canção que inicia o terceiro ato da história é *The Mob Song*. De acordo com Alan Menken, a música inserida nesse momento da narrativa reafirma a ideia de que o filme é um musical. A canção é forte e emocionante, pois representa o confronto climático entre os aldeões e a Fera. Ou ainda, o momento que Gaston declara que vai caçar e matar a Fera e empalhar sua cabeça como troféu na sua parede: “*Só estaremos seguros quando eu empalhar a cabeça dela! Nós temos que matar a Fera!*”.

A canção inicia com os moradores amedrontados com tudo com que Gaston afirma sobre a Fera. Ciente do medo que causou, Gaston aproveita para convocar todos os homens para seguir com ele até o castelo. O efeito visual que acompanha a canção utiliza das enormes sombras de Gaston, projetadas nas paredes e árvores. Ou então das sombras dos moradores, armados, projetadas nas paredes devido às tochas, durante a caminhada rumo ao castelo. Além disso, o efeito visual da marcha até o castelo utiliza de neblina para atenuar o clima carregado e ameaçador. E interessante observar que enquanto a canção cantada por Gaston coloca a Fera como o monstro. E o real monstro da história parte em rumo para liquidar a Fera “*Mas lembrem-se, a Fera é minha!*”. Uma analogia ao momento que Gaston carregando o espelho mágico e vê a fera refletida no espelho. Mas na realidade é seu próprio reflexo, a imagem de um monstro.

O momento final da canção são os versos que antecedem o combate entre os objetos encantados e os aldeões “*Com coragem e fé, lutaremos destemidos. Sem saber o que iremos enfrentar*”. O efeito visual, ainda sombrio, demonstra a coragem dos objetos descendo as escadas principais do castelo, prontos para entrarem em batalha. Enquanto, em meio a uma tempestade de raios e trovões, os aldeões estão prestes a invadir o castelo “*Vamos cumprir nossa missão*”.

E interessante destacar, que especialmente nesse momento do filme tanto a música quanto o efeito visual fazem referências a clássicos da literatura e do próprio cinema. Na música o seguinte verso: *Screw your courage to the sticking place* (Aparafuse a coragem até o ponto máximo)⁸, faz

7 Stephen Joshua Sondheim (1930-) é um famoso escritor de musicais americanos. Dentre suas obras de maior destaque estão as letras do musical *West Side Story* (1957).

8 Na tradução da legenda do filme a frase ficou como “Quero em todos o maior furor”.

referência a Macbeth, obra do escritor e dramaturgo William Shakespeare. E no momento da batalha entre os objetos encantados e aos aldeões, em um breve momento percebe-se um carrinho de bebê descendo em uma das escadarias do castelo. Essa breve cena é homenagem ao filme Encouraçado Potemkin (1925) de Sergei Eisenstein. Alan Menken e o produtor Don Hahn assenta que o filme “A Bela e a Fera” contém pequenas referências para a percepção dos adultos.

The Mob Song, de acordo com as classificações de Surrell (2009), também seria uma canção do vilão. Mas diferente da canção *Gaston* que apresenta o antagonista, *The Mob Song* explica os planos do vilão em invadir o castelo e matar a Fera, que representa um perigo para a aldeia. Nesse momento, a música novamente foi utilizada como um artifício da narrativa para a “transmissão suave de uma exposição longa” (SURRELL, 2009, p.98). Alan Menken afirma que a canção *The Mob Song* comprova a capacidade narrativa da música nos filmes, um número musical que liga a história, o tempo e o espaço. Dessa maneira, pode-se dizer que a canção acaba sendo temporal ao criar continuidade entre a sequência do castelo, a aldeia e novamente retornando ao castelo para a batalha. E ainda, com as classificações de Johnny Wingstedt (2005), a canção é informativa ao comunicar a ação do vilão na tentativa de acabar com a Fera.

A última música analisada neste artigo é a canção que também dá nome ao filme “A Bela e a Fera”. De primeiro instante, pode-se classificar a música, de acordo com as descrições de Surrell (2009), como “canção de amor” e “canção hino”. De acordo com o próprio autor, a música é um dos meios mais dinâmicos para proclamar o amor nos filmes dos estúdios Disney. E esta música, que mescla entre uma canção de ninar e uma balada pop, carrega tanto nos versos quanto no efeito visual, um forte impacto emocional que demonstra claramente a paixão e o amor entre os personagens. Pois é, exatamente neste momento da canção, que temos a certeza que os personagens estão apaixonados. Tal afirmação pode ser observada nos olhares dos personagens quando se encontram no hall da escada e em todo o momento da dança no salão.

Surrell (2009) classifica como “canção hino” a música na qual o espectador associa diretamente ao filme. Além disso, essa classificação musical faz com que a canção seja marcante e “que muitas vezes termina simbolizando toda a produção e os temas que apresenta” (SURRELL, 2009, p.91). O momento da canção “A Bela e a Fera” comprova que a protagonista conseguir ver além da aparência assustadora e consegue enxergar a alma e o coração humano da Fera. Por este motivo, de acordo com as classificações de Johnny Wingstedt (2005), a canção também é informativa ao comunicar essa mensagem ao espectador.

A canção “A Bela e a Fera” é o apogeu da evolução que o personagem Fera vivencia durante todo o decorrer da narrativa. Se antes da chegada da protagonista, o personagem comportava como um animal usando apenas alguns trapos de roupas e se alimentava sem o uso de talheres. Dessa maneira, vai ser exatamente nesse momento que o espectador vai perceber que o príncipe, mesmo que em forma de Fera, volta a usar novamente roupas que condizem com sua condição, sabe utilizar os talheres, e caminha e dança utilizando somente seus membros inferiores.

Na canção, percebe-se também uma mudança na aparência da protagonista. Se no início do filme, Bela utilizava roupas mais simples. Durante a permanência no castelo ela passa utilizar roupas mais requintadas e sofisticadas. E na canção “A Bela e a Fera”, a moça utiliza um elegante vestido amarelo, fazendo jus ao visual do castelo e ao momento festivo. Portanto, devido a essas transformações dos personagens, e associando a canção ao efeito visual do filme, pode-se dizer que a canção também é informativa comunicando os valores de nobreza que os personagens carregam, de acordo com a classificação de Johnny Wingstedt (2005).

E um dos destaques do filme é a cena da dança entre a Bela e a Fera no ritmo da balada musical.

De acordo com Alan Menken, a canção é uma balada branda e discreta. Portanto, observa-se que a câmera desliza em movimentos circulares e afáveis pelo salão. Condizendo com a música e ampliando ainda mais o romance dos personagens. Alan Menken também comenta que a simplicidade foi a chave dessa canção, focando bastante na relação amorosa que surge entre a Bela e a Fera. Contudo, diferente desta singeleza dos versos da música, o efeito visual utilizado para a cena foi inovador e ostentoso. Na qual, toda a ambientação foi criada por computadores, permitindo assim, que a câmera deslizesse pelo cenário, focalizando os personagens que foram desenhados tradicionalmente.

O intuito dos compositores era recriar na canção “A Bela e a Fera” os grandes clássicos da Disney e uma peça musical especial. E mesmo com todas as dificuldades durante a composição das canções e o próprio falecimento do Howard Ashman, ambos os artistas conseguiram compor canções, que assim como o filme, marcaram e transcenderam as gerações, tornando-se inesquecíveis.

Considerações finais

O sucesso do 30o longa-metragem de animação dos estúdios de Walt Disney – “A Bela e a Fera”, contribuiu para a animação ao nível que passou a ser vista como um gênero sério e rentável do cinema. O que possibilitou o lançamento de outros musicais animados dos estúdios Disney, como *Aladdin* e *O Rei Leão* (*The Lion King*, 1994).

E este desempenho prosaico do filme está intimamente ligado as melodias compostas por Alan Menken e Howard Ashman. Os compositores que desde o processo de desenvolvimento do roteiro e construção do *storyboard*, acompanharam a produção do filme, inclusive palpitando sobre os acontecimentos. Howard Ashman contribuiu amplamente para o desenvolvimento da narrativa e dos personagens.

Mas mais que isso, é possível concluir que os compositores realmente trabalharam, tanto nas letras quanto nas melodias, das canções que compõe o filme “A Bela e a Fera” pensando no efeito visual da animação. Tanto que ambos contribuíram com a construção e desenvolvimento da história e *storyboard*, ao sugerir conceitos que fossem condizentes com a ideia do número musical que iriam compor. E até mesmo, durante a composição das canções, os artistas pensaram além de uma associação entre a concepção sonora e a visual. Eles construíram a música pensando nela como um elemento narrativo, que contribuíssem para o avanço da trama e o desenvolvimento dos personagens. Dessa maneira, pode-se dizer que as canções de Alan Menken e Howard Ashman, além de fazer a associação ao efeito visual utilizado na animação, foram elas o condutor narrativo da história e revelando a sensibilidade dos personagens.

Referências

- BERCHMANS, T. *A Música do Filme*: Tudo que você gostaria de saber sobre a Música de cinema. São Paulo, 2006.
- BRUZZO, C. As Histórias Infantis de Disney. In: BRUZZO, C. *Coletânea lições com o cinema: animação* v.4. São Paulo: FDE, 1996. p. 177-199.
- GOLDMARK, D. and YUVAL, T. *The Cartoon Music Book*. Chicago: A Capella Books, Chicago, 2002.
- KARLIN, F. *Listening to Movies*. New York, Schirmer Books, 1994.
- LUCENA, A. *Arte da animação*. Técnica e estética através da história. São Paulo (SP): Editora Senac São Paulo, 2001.
- SURRELL, J. *Os Segredos dos Roteiros da Disney*. São Paulo: Panda Books, 2009.
- WINGSTEDT, J. *Narrative Music*: Towards an Understanding of Narrative Music in Multimedia, 2005. Disponível em: <http://epubl.ltu.se/1402-1757/2005/59/LTU-LIC-0559-SE.pdf> . Acesso em: 31 out. 2012

Referências audiovisuais

- A Bela e a Fera*. TROUSDALE, Gary; WISE, Kirk. EUA: 1991. 84 minutos
- A Pequena Sereia*. CLEMENTS, Ron; MUSKER, John. EUA: 1989. 85 minutos
- Alladin*. CLEMENTS, Ron; MUSKER, John. EUA: 1992. 90 minutos
- Branca de Neve e os sete anões*. HAND, David. EUA: 1937. 83 minutos
- Encouraçado Potemkin*. EISENSTEIN, Serguei. União Soviética: 1925. 125 minutos
- Pocahontas*. GABRIEL, Mike; GOLDBERG, Eric. EUA: 1995. 81 minutos
- O Nascimento de uma Nação*. GRIFFITH, David. EUA: 1915. 190 minutos
- O Rei Leão*. ALLERS, Roger; MINKOFF Rob. EUA: 1994. 89 minutos
- Steamboat Willie*. DISNEY, Walt; IWERKS, Ub. EUA: 1928. 7 minutos

O cinema de animação catastrófico

Felipe de Castro Ramalho¹
Maurício Silva Gino²

Resumo

Esta pesquisa tem o intuito de elucidar sobre as características e significações do cinema catastrófico e suas aplicações no cinema de animação. Para identificar os elementos que caracterizam o cinema catastrófico na animação foi analisado o longa-metragem dos estúdios *Sony Animation* “Tá Chovendo Hambúrguer” (*Cloudy With A Chance Of Meatballs*, 2009), ponderando também aspectos importantes da narrativa dramática e das personagens fílmicas. Para esta pesquisa, foi abordado sobre a definição da palavra catástrofe e a sua aplicação no cinema. Logo depois, uma breve caracterização da catástrofe e seus significados aplicados no cinema de animação. E por fim, a análise do filme de animação “Tá Chovendo Hambúrguer” identificando todos os elementos costumeiros do subgênero catástrofe.

Palavras-chave

Cinema Catastrófico; Cinema de Animação; *Disaster Movies*; Tá Chovendo Hambúrguer.

Definindo a catástrofe

O dicionário³ define a palavra catástrofe como: Grande desgraça que atinge muitas pessoas (Calamidade); Desfecho de peça dramática; Situação negativa ou desastrosa (Desastre). O vocábulo catástrofe provém do Grego *katastrophe*, “fim súbito, virada de expectativas”. A origem da palavra⁴ é provinda do teatro, no antigo drama grego, o momento na qual a personagem principal precisava lidar com os acontecimentos que se voltam contra ela.

O cinema que tem a delirante capacidade de nos apresentar mundos distintos, através de recortes lúdicos, fictícios ou mesmo surreais, aproveita-se de todos os significados e origem da palavra catástrofe. No primeiro significado, referente às calamidades o cinema coloca o espectador como um participante “da fantasia de sobreviver à nossa própria morte, e inclusive à morte das cidades, à destruição da própria humanidade” (SONTAG, 1987, p.247).

1 Graduado em Cinema e Vídeo, pelo Centro Universitário UNA. Mestrando em Cinema na Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Belas Artes.

2 Doutor em Ciência Animal pela Universidade Federal de Minas Gerais. Professor Adjunto do Departamento de Fotografia, Teatro e Cinema da Escola de Belas Artes da UFMG.

3 <http://www.priberam.pt/dlpo/>

4 <http://origemdapalavra.com.br/palavras/catastrofe/>

O cinema de ficção científica trata da estética da destruição com a beleza peculiar que pode ser encontrada ao desencadear a destruição e ao provocar a desordem. E é nas imagens de destruição que se encontra a essência de um bom filme de ficção científica (SONTAG, 1987, p.247).

Nesse específico gênero cinematográfico que combina a ficção científica e a fantasia, alguns elementos básicos constituem a elaboração destes tipos de filmes: roteiros com circunstância apocalíptica, situações e atuações que recorrem ao melodramático, cenas de ação e a utilização de efeitos especiais e visuais, para minutar nas telas os acontecimentos catastróficos e a beleza das destruições que encanta o espectador. Nas narrativas desses filmes o protagonista acaba sendo o próprio acontecimento catastrófico (acidentes nucleares, invasões alienígenas, colisão de meteoros ou planetas, grandes acidentes ou intempéries da natureza), e toda a história, inclusive dos personagens, gira em torno do evento e das alterações causadas por ele.

A partir da década de 70, este estilo fílmico acabou fazendo muito sucesso o que ocasionou o surgimento do subgênero do cinema conhecido como “*disaster movies*” ou cinema catástrofe. Este específico subgênero acabou reunindo as características já citadas e dessa maneira surge o conceito do cinema catástrofe, “que poderíamos designar como uma espécie de épico moderno, pela intenção de dar aos acontecimentos uma dimensão grandiosa” (NOGUEIRA, 2010, p. 45).

O outro significado da palavra catástrofe é derivado do teatro, relacionando-se a tragédia. São os conflitos dramáticos que impulsionam a história. As possíveis adversidades que se voltam ao herói e ele precisa tentar resolver a situação catastrófica ou desastrosa, muitas das vezes causada por ele mesmo.

A catástrofe no cinema de animação

A animação é assim uma ferramenta multiforme e inconstante, em função dos desejos do realizador e do produtor. A razão é simples: ela é uma técnica (ou melhor, um conjunto de técnicas) e não um gênero, como tantas vezes se lê. Essas diferentes técnicas permitem de facto realizar filmes que pertencem a todos os gêneros (filme negro, comédia musical, burlesco, filme de terror, filme de guerra, etc.) [...] (DENIS, 2010 p.7).

O cinema de animação consegue desenvolver narrativas voltadas para diversas faixas etárias. Além de construir histórias específicas para gêneros e subgêneros do cinema. E esta técnica artística também utiliza da catástrofe e seus significados para a construção de roteiros fantasiosos, e em alguns casos com elementos da própria ficção científica, desde os primórdios da animação.

Na série Sinfonia Ingênuas (*Silly Symphonies*), o primeiro curta-metragem colorido, Flores e Árvores (*Flower and Trees*, 1932) mostra diversas plantas e árvores celebrando e dançando numa manhã de primavera. Quando, por um proposital acidente, um incêndio assume proporções catastróficas ameaçando toda a fauna da floresta.

Em 1940, quando Walt Disney lançou o filme animado Fantasia (1940), a sequência animada intitulada “O Aprendiz de Feiticeiro” retrata bem a catástrofe no sentido de tragédia e desastre. Mickey Mouse o jovem feiticeiro rouba o chapéu do mestre Yen Sid e ao ordenar magicamente que as vassouras façam seu serviço. O pequeno rato acaba causando uma ampla catástrofe e literalmente o feitiço acaba virando contra o aprendiz de feiticeiro.

O filme do estúdio Pixar, *Wall*E* (2008), já denota uma situação pós-catástrofe na qual o pequeno robô *Wall*E*, último exemplar da sua categoria que continua funcionando e exercendo sua tarefa de limpeza. A única companhia do robô é a sua barata de estimação (alusão ao único animal que consegue sobreviver a uma catástrofe). Nesse caso, o exclusivo animal é o único que consegue

suportar o nível de poluição que se encontra o planeta Terra. O filme *Wall*E* demonstra a calamidade que se tornou a qualidade de vida humana em prol do desenvolvimento.

São vários os curtas e filmes animados que trabalham com alguma significação de catástrofe em sua narrativa. Contudo, este trabalho focará na análise das características do cinema catastrófico na animação *Tá chovendo Hambúrguer*.

Tá chovendo hambúrguer – análise catastrófica

A animação dos estúdios Sony Animation, *Tá Chovendo Hambúrguer* (*Cloudy With A Chance Of Meatballs*, 2009), é uma adaptação do livro infantil de Judi Barrett e Ron Barrett *Cloudy With A Chance Of Meatballs* escrito em 1978. O filme dirigido por Phil Lord e Christopher Miller conta a história de Flint Lockwood, um jovem cientista que consegue descobrir uma maneira de transformar água em comida. E devido a um acidente, ele faz com que comece a chover hambúrgueres em toda a sua cidade.

O filme *Tá Chovendo Hambúrguer*, mesmo sendo uma animação, trabalha com várias características referentes aos filmes de catástrofes, especificamente os “*disaster movies*”, que surgiram a partir da década de 70. Como é tradicional para os filmes comerciais de Hollywood, a história segue a estrutural de três atos.

No Primeiro ato são apresentados os personagens e a história, e se estabelece uma ação central que deve ser realizada ou superada, colocando em movimentos forças opostas. O segundo ato consiste em uma série gradativa de complicações que impedem o protagonista de conseguir o que deseja em relação à ação central. No terceiro ato, o herói supera as maiores complicações para atingir seu objetivo. (SURRELL, 2009, p.73).

No primeiro instante do filme, somos apresentados ao protagonista principal da história - Flint Lockwood - uma criança com um talento único que anseia em oferecer algo útil ao mundo. Assim como seus ídolos cientistas dos pôsteres no seu quarto (Alexander Graham Bell, Isaac Newton, Nikola Tesla, Albert Einstein). O pequeno Flint, no projeto de ciências da sua escola apresenta o invento “sapatos em spray”, uma inocente tentativa de acabar com o problema dos cadarços desamarrados que aflige a comunidade escolar. Contudo, o garoto é zombado pelos coleguinhas, pois seu experimento depois de utilizado é impossível de remover a proteção alternativa sem cadarço para os pés, criado pelo *spray*.

Arrasado e decepcionado o garoto retorna chorando para casa. Nesse momento, conhecemos outros personagens importantes para a narrativa: o pai e suas metáforas de pescador e a mãe que encoraja os sonhos da criança. Mesmo que o pai e a mãe sejam de opiniões opostas na tentativa de acoroçoa o filho, ambos querem o melhor para ele.

Flint se torna um cientista. Contudo, um cientista de invenções desastrosas e catastróficas como a própria temática do filme animado. O próprio laboratório de Flint é outro aspecto interessante e que também deve ser analisado. O local onde o protagonista desenvolve suas criações e experiências mescla a simplicidade doméstica com a tentativa de um ambiente sofisticado e moderno. Percebe-se que o laboratório é todo pintado com cores fortes e brilhantes, com alguns elementos caseiros e tecnologias específicas dos anos 80 (cortina de chuveiro como porta magnética, brinquedo *Genius* como identificador do elevador, caixa de ovos revestindo a parede, *download* e *upload* de vozes robóticas para as máquinas, aparelhos antigos de televisão e videocassetes). De acordo com os diretores Phil Lord e Christopher Miller, o laboratório é inspirado em filmes como: *Tron*: Uma odisséia eletrônica (*Tron*, 1982), Viagem Fantástica (*Fantastic Voyage*, 1966), Guerra nas Estrelas (*Star Wars*, 1977) e no computador doméstico *Commodore 64*.

Além disso, é no laboratório que também somos apresentados a máquina experimento, que através da nano-mutação deverá transformar água em comida. O aparelho tem o design de micro-ondas com botões de liquidificador, e seu funcionamento se dá com a energia elétrica. O excretor de rango da máquina lembra bastante as naves alienígenas de outros filmes catástrofes como *Independence Day* (1996) e *A Guerra dos Mundos* (*The War of the Worlds*, 2005). Contudo, a primeira tentativa de funcionamento da máquina é falha e desastrosa. Uma pequena premissa da catástrofe que realmente vai acontecer.

Neste primeiro momentos da narrativa fílmica na qual conhecemos um pouco mais dos desejos e ambições do protagonista principal. Já podemos associar a animação aos filmes de ficção cientista catastróficos. Nesse caso, Flint é o herói cientista que no seu próprio laboratório faz suas experiências com metamorfoses de animais e a construção de máquinas que contribuirão ou originará a catástrofe. Mas acima de tudo, a semelhança está na epístola positiva e moralista da utilização da ciência. “A mensagem em geral é o uso aprovado, humano, da ciência, e não o desvario, a obsessão científica” (SONTAG, 1987, p.251).

É na pequena cidade de Foz das Andorinhas, onde desenvolve a narrativa, que se pode fazer outra associação aos filmes catástrofes de décadas passadas. Sotang (1987), afirma que por necessidades orçamentárias, grande partes da narrativa dos filmes de ficção científica desta temática se passam em pequenas cidades. Em alguns casos as cidades (ou cenários cenográficos) são cercadas por desertos ou outras áreas que deixam as cidades isoladas. E no caso da animação, não existe a preocupação referente ao orçamento para os cenários, já que toda construção é feita virtualmente. Mas de qualquer maneira, a cidade de Foz das Andorinhas é uma pequena ilha localizada no norte do oceano Atlântico. Provavelmente seria uma referência aos filmes de ficção científica.

Em muitos filmes de desastres e catástrofes, é comum que o diretor demore em revelar o grande acontecimento do filme. E pode-se perceber que em “Tá chovendo Hambúrguer”, os diretores criaram uma cena sarcástica ao exagerarem ainda mais na situação. E antes da chuva de comida eles prolongam a cena através de rostos atenuados dos personagens quando avistam a aproximação da grande nuvem colorida.

A tempestade de Hambúrguer na cidade não é vista como desastre, pelo contrário é um grande fenômeno meteorológico. E também o início dos acontecimentos que irão modificar a vida dos protagonistas, antagonista e da própria cidade, que antes estava fadada a comer sardinhas. No primeiro instante, um processo de mudança cultural e estrutural, que prepara para a catástrofe de alimentos que assolará o local.

É comum nos filmes de catástrofes a utilização de energia nuclear para desencadear o grande evento catastrófico na qual a trama vai se desenvolver. Sotang (1987) aborda que existe um trauma na sociedade referente à utilização de energia nuclear e armas atômicas. E que a radiação e seus efeitos na humanidade são “a mais ameaçadora de todas as concepções de que trata o cinema” (SOTANG, 1987, p. 254).

E associando isso ao filme *Tá Chovendo Hambúrguer*, não temos necessariamente a utilização de energia nuclear. Contudo, esse tipo de energia indiretamente é demonstrado sutilmente na animação através das cores brilhantes e virtuosas que despontam da máquina que sintetiza água em comida e das próprias nuvens que formam a tempestade de alimentos.

O funcionamento da máquina se dá através do processo do princípio de mutação hidro genética, na qual as moléculas de água são bombardeadas com radiação de micro-ondas que transforma a composição genética em qualquer comida. E na estratosfera, a máquina induz uma mudança de fase das nuvens cúmulos-nimbos, por isso acontece à chuva de qualquer alimento, programado pela máquina.

Semelhante a essa situação que elucida o funcionamento da máquina, são os dados científicos inventados em cada cena do filme *Armageddon* (1998) para explicar a aproximação do asteroide que vai destruir a Terra. Essa é outra característica dos filmes catástrofes apontada por Sotang (1987), os longas-metragens fictícios são inermes nas explicações referentes à ciência.

Outro aspecto bastante interessante que reflete sobre a cidade, e de certa forma sobre todo o filme, é a confrontação entre o passado (principalmente suas glórias) e uma tentativa de modernização. Os moradores se glorificam e orgulham do passado da cidade. Em contrapartida, são receosos aos testes e invenções de Flint, só aceitam quando é para o bem próprio ou da comunidade. O próprio Flint, um adepto da ciência e da tecnologia constrói suas invenções com vários elementos e peças que remetem ao passado ou há outras décadas (controle do videogame Atari, videocassetes, etc.).

Essa situação cogita despreparo ou o próprio medo da modernidade. Já conjecturando que com a modernidade e a tecnologia pode originar também a catástrofe e a destruição por estes fatores. Sotang (1987) expõe que nós ficamos receosos e medrosos não somente da morte individual, que é natural para todo ser humano, mas também da morte grupal e de maneira insuportável ou dolorosa. Um trauma que provém da tecnologia criada pelo homem em meados do século XX, que tem a capacidade da extinção coletiva dos seres humanos: a bomba atômica.

Em contrapartida as mudanças, temos a tradicional figura de Tim Lockwood, o pai de Flint. Que sabe que a chuva de comida foi um acidente e de certa forma já prevê o desastre que pode acontecer. As características de melodrama ficam representadas principalmente nas cenas que envolvem Tim e Flint. Pois, percebe-se a falta de comunicação entre pai e filho (pode-se deduzir que a motivação para a criação do tradutor de pensamentos é exatamente a necessidade de se comunicar com alguém).

De certa maneira, esse problema da falta de comunicação e da introspecção de Tim, é refletido na sua própria fisionomia com seu enorme bigode e monocelha, cobrindo sua boca e olhos. Além disso, o personagem Tim Lockwood é a representação do tradicionalismo, conservadorismo, e do que tem dificuldades em lidar com as novas tecnologias na sociedade.

De acordo com Surrel (2009), o segundo ato apresenta alguns obstáculos físicos, emocionais e psicológicos, preparando para o clímax do filme. Neste ato se intensifica os obstáculos emocionais referentes ao distanciamento familiar entre pai e filho. Enquanto, a relação de Earl Devereaux e seu filho Cal Devereaux é próxima, amigável e amorosa. A relação de Flint e seu pai são cada vez mais afastados. Ambas as personagens cientes da situação tentam reverter, mas a tecnologia acaba distanciando ainda mais o relacionamento do pai e o filho. Em uma das conversas dos personagens, Tim pede para o filho desligar a máquina e Flint nervoso fala para o pai sair do século passado e aceitar ele da forma que ele é. O duelo metafórico do moderno e o tradicional/conservador.

Além disso, o conceito de ciência como atividade social, ligada a interesses sociais e políticos, não é reconhecida. A ciência é simplesmente uma aventura (para o bem ou para o mal) ou uma resposta tecnológica ao perigo. (SOTANG, 1987, p.259).

E no segundo ato que conhecemos a verdadeira face do prefeito Shelbourne. Dessa vez, muito obeso, necessitando até mesmo de um carrinho para se locomover. O personagem mesmo sabendo do perigo da mutação e dos alimentos gigantes trata a ciência apenas como um empecilho para seus planos. Não enxergando a real gravidade do problema.

Antes ainda de iniciar o terceiro ato e as catástrofes referentes ao filme, a narrativa ainda demonstra a situação alucinada das crianças com o excesso da comida industrializada. E a chegada dos turistas para a inauguração da “nova cidade” em grandes embarcações luxuosas. Singela referência aos filmes catástrofes com este tipo de transporte: O Destino de Poseidon (*The Poseidon Adventure*, 1972) e *Titanic* (1997).

E uma circunstância bem comum nos filmes catástrofes, como uma forma de dístico da calamidade que se aproxima e a agitação de animais, pressentindo o perigo. Em, O Núcleo - Missão ao Centro da Terra (*The Core*, 2003) são pássaros que perdem o senso de direção e orientação e acabam se chocando nas pessoas e nas construções da cidade. E no caso de Tá Chovendo Hambúrguer, os pássaros-ratos que demonstram agitação com a formação de prenuncio da catástrofe. Seguido do macaco Steve, acoplado com o tradutor de pensamento, que grita perigo, anunciando a ameaça.

E é exatamente no derradeiro do segundo ato que inicia algumas das referências às características e situações de filmes catastróficos representadas com comidas. E mesmo se tratando de uma animação o filme Tá Chovendo Hambúrguer irá tratar “da estética da destruição com a beleza peculiar que pode ser encontrada ao desencadear a destruição e ao provocar a desordem” (SONTAG, 1987, p.247).

O primeiro dos acontecimentos catastróficos que abala a cidade e já espalha o caos é a formação de um imenso tornado de macarronada. Na qual, além da própria massa de macarrão que dá formação a catástrofe, as almôndegas gigantes representam meteoros que caem destruindo ainda mais a cidade. Essa primeira catástrofe que assola a cidade, causa o desespero entre os moradores e a evasão dos turistas. O tornado e os meteoros almôndegas, respectivamente, são sutis referências aos filmes catástrofes *Twister* (1996) e *Armageddon* (1998).

E em meio ao caos e essa catástrofe a narrativa aponta mais um problema causado pela gula e o consumo exagerado de comida – o coma alimentar. Cal Devereaux encontra-se em estado de desfalecimento e com dor de barriga devido ao excesso de porcaria. E numa cena bastante escatológica o filme novamente retrata o melodrama ressaltando o amor fraternal.

O terceiro ato inicia-se com a destruição do controle da máquina pelo prefeito. A partir deste instante uma grande nuvem com forma de diversos alimentos se aproxima da cidade, devido ao descontrole causado pela máquina. Novamente o filme utiliza de uma explicação banal para elucidar a situação que se aproxima. Sam, a repórter esclarece que a catástrofe de emergência meteorológica irá tomar proporções grandiosas devastando várias cidades do mundo.

A explicação remete a outra característica dos filmes de ficção científica, explicada por Sotang (1987). A autora descreve que é comum para estes filmes “o espetáculo da catástrofe urbana numa escala ampliada de maneira colossal” (SONTAG, 1987, p.248). Os grandes monstros, causadores das catástrofes fílmicas da década de 50, se dirigem a grandes cidades (Nova York, Paris e Tóquio) provocando destruição e desastres.

De acordo com Surrel (2009), o terceiro ato também se caracteriza pelo protagonista que deve conduzir a história realizando feitos heroicos e então conseguir o que deseja. Dessa maneira, encorajado pelo pai, Flint realiza todas as construções e modificações necessárias para enfrentar sua própria criação. “Coisas, objetos, maquinaria desempenham um importante papel nesses filmes” (SONTAG, 1987, p.250). São exatamente as invenções de Flint, consideradas inúteis e sem utilidades, que passam a ter significados de valores e serão os instrumentos “indispensáveis para repelir os invasores alienígenas ou reparar o ambiente destruído” (SONTAG, 1987, p.251).

A cena da aproximação da tempestade de comida que demonstra uma grande sombra que começa a adentrar sorrateiramente na cidade, faz referência ao filme *Independence Day* (1996), na cena em que as imensas naves alienígenas invadem a cidade de Nova York. A partir da chegada da nuvem da tempestade de comida, alguns alimentos gigantes começam a cair pela cidade ressaltando ainda mais a destruição de vários locais de Foz das Andorinhas.

Em um das cenas é demonstrado à atitude humana perante as situações desastrosas e catastróficas. Um homem ao ver que a vidraça da loja de eletrodomésticos é destruída por uma cereja, ele entra na loja e rouba um aparelho de TV. A invenção de Flint, a TV por controle remoto

com pernas robóticas, vendo tal situação quebra a outra vidraça e rouba o humano na loja. Essa cena sátira e extremamente metafórica, além de demonstrar o caráter humano, retrata a dependência que temos sobre a tecnologia e como a tecnologia necessita dos humanos.

Uma catástrofe de proporções enormes apaga todas as inimizades e exige a máxima concentração dos recursos terrestres. A ciência - a tecnologia – é concebida como a grande unificadora. (SONTAG, 1987, p.255).

Flint decidido a salvar a cidade e o mundo, com um plano mirabolante, pretende adentrar na tempestade de comida e plugar o *pen drive* com o código que vai desabilitar a máquina, arriscando sua própria vida na missão. Contudo, os moradores da cidade acreditam que Flint é o único culpado pelo desastre e tentam linchar o personagem. O policial Earl Devereaux, e neste caso representante da justiça, atenta os moradores que a culpa é de todos. Neste momento é necessário que deixem de lado todas as indiferenças e ajam em conjunto em prol de todos.

Quando os personagens adentram na tempestade, percebe que a máquina criou uma precipitação gástrica ao seu redor, uma espécie de escudo e proteção. Um “asqueroide” como Sam a nomeia. Além disso, a mutação alterou a comida e com isso a máquina pode controlar os alimentos como forma de proteção. Dessa maneira, pedaços de pizzas são enviados para atacar e perseguir os personagens. Nesse momento do filme a cena faz referência aos filmes já citados *Armageddon* (1998), quando os personagens precisam entrar no asteroide, e *Independence Day* (1996), as naves alienígenas que são enviadas para proteger a nave mãe.

Na cidade de Foz das Andorinhas, enquanto os moradores se preparam para escapar da ilha utilizando barcos construídos com a própria comida. Uma cereja cai no monte acumulado de restos de comidas, que faz a represa de sustentação arrebentar. A avalanche de comida que destrói a cidade faz menção a diversos filmes catástrofes com situações semelhantes, seja a destruição com neve ou água: *Avalanche* (1978), *Limite Vertical* (*Vertical Limit*, 2000), *Impacto Profundo* (*Deep Impact*, 1998), *O Dia Depois de Amanhã* (*The Day After Tomorrow*, 2004), *Tsunami - A Fúria Do Oceano* (*Tidal Wave*, 2009).

Mais referências a filmes catastróficos irão aparecer quando os personagens adentrarem no interior do “asqueroide”. A primeira é a caverna com óleo de fritura que faz alusão a lava de vulcão retratando filmes como: *Volcano – A Fúria* (*Volcano*, 1997), *O Inferno de Dante* (*Dante's Peak*, 1997) e *Impacto Fulminante* (*Scorcher*, 2002).

O filme ainda cogita o fim do mundo em diversas cidades de uma maneira bem sátira. Os diretores colocaram para a destruição de determinadas cidades comidas específicas do local. Em Nova York *donnut's*, cachorro-quente e condimentos de *fast-food* destroem a cidade; em Londres uma chuva de chá-quente faz referência ao famoso chá das cinco, um famoso hábito britânico; e na Muralha da China um biscoito da sorte avisa o alimento que vai destruir o monumento.

Como espécime claramente rotulado de intelectual, o cientista dos filmes de ficção científica sempre está sujeito a enlouquecer ou morrer no final. [...] O cientista criativo pode se tornar um mártir de sua própria descoberta, por algum acidente ou por ousar demais. (SONTAG, 1987, p.252).

E como é habitual dos filmes catastróficos, o herói acaba se arriscando sua própria vida para salvar seus companheiros ou seu par romântico. E na animação, tal situação não é diferente, no momento que Flint tá descendo pelo poço de amendoim, amarrado pela tira de alçaçuz. Sam, que é alérgica ao amendoim, acaba sendo cortada pelo alimento. Flint no ato de desespero em salvar sua amada acaba mordendo a corda doce e caindo no poço. Cena melodramática semelhante à cena de despedida do casal do filme *Tsunami - A Fúria Do Oceano* (*Tidal Wave*, 2009).

O herói do filme animado acaba destruído sua criação com outra criação, “sapatos em *spray*”,

salvando sua cidade e o mundo da destruição gastronômica. E por se tratar especificamente de uma animação, o herói não morre e acaba sendo salvo pelos seus pássaros-ratos. E na última cena melodramática o invento tradutor de pensamentos é utilizado em Tim que consegue demonstra seus reais sentimentos para com seu filho e como muita expressividade no olhar.

E o tempo que era nublado com possibilidades de almôndegas passa para um céu iluminado em meio à destruição da cidade e os restos de comida. E dessa maneira a fantasia possibilita que vivenciamos “situações exóticas e perigosas com finais felizes” (SONTAG, 1987, p.261).

Considerações finais

O filme Tá Chovendo Hambúrguer que levou seis anos de produção, baseado numa obra literária, retrata no seu roteiro, diversos tipos de catástrofes referenciadas no cinema. Mais que retratar as catástrofes a animação trabalha em sua narrativa com diversas características específicas do subgênero catástrofe do cinema: destruições catastróficas, perigo iminente para o mundo, o espírito da sobrevivência, humanismo, solidariedade e o sacrifício heroico. Acredito que a intenção dos diretores Phil Lord e Christopher Miller era homenagear o cinema catastrófico utilizando as características narrativas deste estilo e a comida como objeto para construção dos elementos causadores do desastre.

A animação faz a alusão a diversos tipos de catástrofes (naturais, cósmicas, históricas, tecnológicas). Contudo, arrisco dizer que Tá Chovendo Hambúrguer trabalha um estilo catastrófico diferente, a catástrofe alimentícia. Os alimentos no filme podem ser vistos e interpretados de diferentes formas no decorrer do filme. Primeiramente é o elemento que vai conseguir mudar a situação econômica e cultural da cidade. Logo em seguida, com a gula exagerada da população (principalmente do prefeito), os alimentos acabam sendo os fatores destruidores da cidade. Mas mais que isso, sutilmente o filme trabalha com a catástrofe alimentícia como metáfora da doença que assola a comunidade norte-americana nas últimas décadas: a obesidade.

Atualmente, a obesidade no país acaba sendo tratada com uma epidemia que vem crescendo de forma alarmante. E alguns dados apontam que até o ano de 2030, quase a metade da população estará com peso acima do normal. A facilidade, tanto econômica quanto prática, para a alimentação americana vem causando imensos problemas para a população, inclusive e principalmente para as crianças americanas. No filme, apenas o personagem do prefeito e alguns pássaros-ratos apresentam os sintomas da obesidade, referente ao excesso e facilidade da comida da própria narrativa. Outra situação que a animação reflete sobre o abuso e a gula de comida, principalmente nas crianças, é a indisposição causada pelo excesso e o efeito alucinógeno pelo descomedimento de doces.

A catástrofe alimentícia em Tá chovendo Hambúrguer, além de ser o principal elementos da narrativa, que ajuda a desenvolver os dramas e conflitos da história e dos personagens. Serve também como uma forma de homenagear através da animação os grandes filmes do subgênero catástrofe, que de certa forma sempre existiram na história do cinema. Além de ser uma metáfora alertando sobre o consumo exagerado de comidas, principalmente das *fast-food*, para a população.

Referências

- DENIS, Sébastien. *O Cinema de Animação*. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2010.
- NOGUEIRA, Luís. *Manuais de Cinema II: Géneros Cinematográficos*. Covilhão: Livros LabCom, 2010.
- SONTAG, Susan. *Contra a Interpretação*. Porto Alegre: L&PM Editores, 1987.
- SURRELL, Jason. *Os Segredos dos Roteiros da Disney*. São Paulo: Panda Books, 2009.
- VARELLA, Drauzio. *Obesidade à americana*. Disponível em: < <http://drauziovarella.com.br/doencas-e-sintomas/obesidade/obesidade-a-americana/>>. Acesso em 01 de dezembro de 2012.

Referências audiovisuais

- A Guerra dos Mundos*. SPIELBERG, Steven. EUA: 2005. 116 minutos
- Armageddon*. BAY, Michael. EUA: 1998. 151 minutos
- Avalanche*. ALLEN, Corey. EUA: 1978. 91 minutos
- Fantasia*. ARMSTRONG, Samuel; ALGAR, James; BEEBE, Ford; FERGUSON, Norm; HAND, David; HANDLEY, Jim; HEE, T.; JACKSON, Wilfred; LUSKE, Hamilton; ROBERTS, Bill; SHARPSTEEN, Ben. EUA: 1940. 125 minutos
- Flores e Árvores*. DISNEY, Walt. EUA: 1932. 8 minutos
- Guerra nas Estrelas*. LUCAS, George. EUA: 1977. 125 minutos
- Impacto Fulminante*. SEALE, James. EUA: 2002. 91 minutos
- Impacto Profundo*. LEDER, Mimi. EUA: 1998. 121 minutos
- Independence Day*. EMMERICH, Roland. EUA: 1996. 145 minutos
- Limite Vertical*. CAMPBELL, Martin. EUA: 2000. 124 minutos
- O Destino de Poseidon*. NEAME, Roland. EUA: 1972. 117 minutos
- O Dia Depois de Amanhã*. EMMERICH, Roland. EUA: 2004. 124 minutos
- O Inferno de Dante*. DONALDSON, Roger. EUA: 1997. 108 minutos
- O Núcleo - Missão ao Centro da Terra*. AMIEL, Jon. EUA: 2003. 135 minutos

Tá Chovendo Hambúrguer. LORD, Phil; MILLER, Chris. EUA: 2009. 81 minutos

Titanic. CAMERON, James. EUA: 1997. 195 minutos

Tron: Uma odisseia eletrônica. LISBERGER, Steven. EUA: 1982. 96 minutos

Tsunami - A Fúria Do Oceano. JE-KYOON, Yoon. Coreia do Norte: 2009. 129 minutos

Twister. BONT, Jan De. EUA: 1996. 113 minutos

Viagem Fantástica. FLEISHER, Richard. EUA: 1966. 100 minutos

Volcano – A Fúria. JACKSON, Mick. EUA: 1997. 104 minutos

*Wall*E.* STANTON, Andrew. EUA: 2008. 98 minutos

Grupo Pandemônio, de Minas para o mundo

Eliane Meire Soares Raslan¹
Samanta Jovana Moura de Oliveira²

Resumo

O Grupo Pandemônio é uma das uniões de indivíduos mais proeminentes no mercado independente de quadrinhos do país, projetando o cenário mineiro frente ao resto do país. Sua principal divulgação acontece hoje através do meio digital. O grupo funciona basicamente como um coletivo, em que seus membros Vitor Cafaggi (Valente), Lu Cafaggi, Eduardo Damasceno e Felipe Garrocho, Ricardo Tokumoto, Daniel Pinheiro Lima e Daniel Werneck, interagem de maneira similar. Buscamos tratar os elementos em comuns em suas publicações. Pensar a informação e a comunicação dessa ligação gerada, majoritariamente, através de composições coletivas, financiadas através do processo de *crowdfunding*.

Palavras-chave

Quadrinhos; *crowdfunding*; coletivo mineiro; publicações digitais.

Introdução

Procuramos as histórias em quadrinhos em si e seu potencial comunicativo para disseminar aspectos culturais e artísticos presentes no “Grupo Pandemônio”, nosso objeto de pesquisa, por ser um dos mais relevantes grupos de produção de quadrinhos da região Sudeste e particularmente em Minas Gerais.

Scott McCloud (1995) define as Histórias em Quadrinhos como “Imagens pictóricas e outras justapostas em sequência deliberada, destinadas a transmitir informações e/ou produzir uma resposta no espectador” (p.9). Tal conceito perpassa o entendimento de tais Histórias como mero entretenimento, como geralmente são entendidas por grande parcela de nossa sociedade que não compreende bem o potencial da arte gráfica sequencial.

De acordo com Luyten (1985) os “(...) códigos de signos gráficos: a imagem e a linguagem escrita” (p. 1) compõem tais Histórias, foram através da narrativa, ou se podemos chamar de conto, evoluindo com o surgimento de elementos formais, como balões, requadros, onomatopeias. A conexão entre imagem e palavra tornou-se um instrumento poderoso de comunicação, conseguindo sintetizar pensamentos, ideologias, eventos cotidianos e históricos em um processo dinâmico para a compreensão de conceitos que complexos.

Este potencial expressivo e comunicacional é pensado ao se falar aqui, particularmente, do Grupo Pandemônio. Buscamos tratar os elementos em comuns em suas publicações. Pensar a informação e

1 Pesquisadora e professora na Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais ED/UEMG. E-mail: seminariodeimagemuemg@gmail.com

2 Graduanda do 7º período do curso de Design Gráfico da ED/UEMG.

a comunicação dessa ligação gerada, majoritariamente, através de composições coletivas, financiadas através do processo de *crowdfunding*, algo que nos incentivou a tratar o grupo e suas principais obras.

Segundo Salomon (2000) o problema de uma pesquisa deve ser formulado a partir de algo que é conhecido e em direção ao desconhecido. O problema da pesquisa foi sistematizado segundo a metodologia da problematização trabalhada por este autor, apresentando-se sobre a seguinte questão: *O que são histórias em quadrinhos e como elas conseguem transmitir aspectos artísticos e culturais de um povo, tendo como estudo de caso o Grupo Pandemônio?*

Tentamos desenvolver os termos de forma operacional em três etapas seguintes: Revisão bibliográfica e iconográfica sobre Histórias em Quadrinhos, suas técnicas, produção nacional e internacional tratando a expressão gráfica como um difusor de uma cultura, entender as histórias em quadrinhos e como as mesmas surgiram e evoluíram ao estado da arte em que se encontra a arte sequencial atualmente; a segunda etapa foi à coleta de materiais referente à produção do Grupo Pandemônio, de sua fundação até o momento atual e a principal plataforma de divulgação do mesmo, que podem ser encontrados na internet; e por último a organização material reunidos de maneira a se passar o que o Grupo Pandemônio representa para a cultura de HQs no Brasil e como se dá seu trabalho.

Os quadrinhos ao longo da história: da pré-história aos tempos modernos

Ao estudar a origem das Histórias em Quadrinhos analisamos o surgimento das mesmas traçando seus primórdios à maneira como o homem se comunica por imagens desde antes mesmo da invenção da linguagem. Posteriormente, passamos à análise da HQ moderna e seus recursos visuais e textuais. Apenas após termos estes conhecimentos elucidados, podemos afirmar as HQs como um recurso para a difusão cultural, ponto inerente para chegarmos no trabalho do Grupo Pandemônio e em como eles se inserem na sociedade, levando os quadrinhos mineiros para o mundo.

A origem das Histórias em Quadrinhos é difícil de ser datada, entretanto, é inteligível que se faça uma análise do processo de sua configuração, ao longo da história, até chegarmos a sua estrutura atual, mais do que fixarmos datas.

Iniciando com a pré-história, o ser humano tem uma necessidade muito grande de representar, narrar ou registrar seu dia-a-dia e essa necessidade pode ser observada ao longo da história da humanidade. Ao voltarmos ao homem pré-histórico vimos que, já naquela época, existia um primeiro esforço na criação de imagens que possuíssem significados, que expressassem uma ideia ou simplesmente a vivência do dia-a-dia meio ao ambiente hostil. Nisso surgiam os primeiros passos dados a construção de signos, ainda que insipientes e de registros memoriais que proporcionariam, *a posteriori* que antropólogos e outros estudiosos tivessem a possibilidade de obter e analisar o conhecimento de culturas primitivas por meio da iconografia deixadas pelas mesmas.

De acordo do Rahde (1996) é possível dizer que “a técnica narrativa, isto é, uma história por trás da imagem, já aparece na *Era Magdaleniana*, aproximadamente de 15000 a 10000 anos a.C”, (p. 104). A autora vai além e afirma que “o desenho, a pintura e a modelagem não eram executados, apenas, sem nenhum propósito, mas “contavam” um fato percebido pela ótica do homem primitivo.” (p. 104).

McCloud (1995) também confirma a existência de registros de Histórias em Quadrinhos em sua forma embrionária desde os primórdios da humanidade. Se considerarmos os antecedentes das HQs que foram encontrados entre diversos povos, como no épico “Garra de Tigre” contido em um manuscrito pré-colombiano, encontrado por Cortês em 1519 e também na chamada “Tapeçaria de Bayeux”, uma peça de 70 metros que detalha a conquista da Normandia da Inglaterra, produzida no século XI. Esses registros traziam em comum as características de serem imagens justapostas, com

pouco ou nenhum texto que se organizavam de maneira similar a narrativas.

Particularmente, no Egito antigo, observa-se a ocorrência de Hieróglifos, que representam o nascimento de uma linguagem escrita e se comunicam através de desenhos. Para McCloud (1995), em tal momento da história, palavra e imagem, elementos básicos da iconografia de Histórias em Quadrinhos estão mesclados e chegam a se confundir, na construção de narrativas que são de suma importância para o entendimento da cultura de nossos antepassados.

Durante o processo evolutivo da história, o que ocorreu, entretanto, foi a separação entre a escrita e a imagem. A palavra escrita ganhou corpo e personalidade e o que antes compunha uma forma só de expressão (os Hieróglifos, por exemplo) se separa. Na China e no Japão temos, ainda hoje, o que se considera como o meio termo deste processo: ideogramas Kanji, que são uma forma de escrita cuja base formal é a figuração. Esse se diferencia dos Hieróglifos por não serem diretos em suas representações visuais. Entretanto, o que ocorreu na maioria das civilizações foi a transformação da linguagem imagética, que contava com milhares de símbolos e ideogramas em palavra, pura e simples.

A criação de uma linguagem gráfica que se utiliza tanto da linguagem visual dos desenhos quanto escrita para a criação de narrativas é fácil de ser exemplificada, como em Rodolphe Töpffer e Ângelo Agostini, entre outros. De acordo com Lutyen (1985), o ponto em que as histórias em quadrinhos ganham personalidade própria e se consolidam como linguagem é com a história “Down Hogan’s Alley”(1983) de Richard Outcault, que posteriormente seria conhecido como “Yellow Kid”. Ainda assim, segundo o mesmo Luyten (1985) não se pode restringir a origem do HQ a apenas este marco histórico. Além do amadurecimento da linguagem dos quadrinhos culminando na forma como conhecemos atualmente outro fator importante revolucionou a história das HQs: o surgimento da imprensa.

Nesse momento buscamos a história em quadrinhos nos tempos modernos. Ao final do século XIX as grandes empresas jornalísticas dos EUA disputavam o olhar do grande público. Dois grandes jornais estavam nesta briga diária, o Morning Jornal de William R. Heart e o New York World, de Josh Pulitzer. Luyten (1989) afirma que Pulitzer edita em 1893 um suplemento dominical no New York World, com a história:

Down Hogan’s Alley, desenhada por Richard Outcault. Em 1896 realizam-se os primeiros testes de cor na camisa da personagem principal, que passou então a ser conhecida como “Yellow Kid”. Em “Down Hogan’s Alley” pode ser considerada uma predecessora do gênero de HQ, pois utiliza-se do balão, além de, por sua natureza debochada e sensacionalista ter dado origem a expressão “imprensa amarela” nos EUA (no Brasil, passou a chamar-se “imprensa marrom”). (LUYTEN, 1985, p. 27)

Vale salientar, no entanto, que esta não foi a primeira aparição do balão como recurso gráfico em uma história em quadrinhos, no entanto, foi definitivamente em “Yellow Kid” que este elemento gráfico foi massificado e consolidado através da imprensa. Para Rahde (1996):

o balão, considerado um elemento recente na moderna história em quadrinhos, manifestou-se já na Idade Média como no conjunto da cena da Adoração de Cristo, extraída do Manuscrito do Apocalipse – aproximadamente em 1230 – e na famosa xilogravura de Protat, de 1370. (RAHDE, 1996, p.104)

Em posição de destaque, rapidamente o “Yellow Kid” ganha fama e empresários começam a perceber que os quadrinhos ganham grande importância na venda de jornais. Começa então uma corrida dos grandes jornais novaiorquinos por novos artistas, criando assim o primeiro “boom” de produtividade e efervescência no setor. A guerra entre jornais é tão grande que Hearst paga uma grande quantia para levar Outcault para o Morning Jornal.

Nesta época observa-se uma proliferação de estilos, com o surgimento de vários outros artistas, como Winsor McCay (autor de Litthe Nemo in Slumberland) e o seu estilo art nouveau. Em 1907

surge a primeira tira diária, com Bud Fischer, introduzindo uma nova forma de se pensar as Histórias em Quadrinhos. Essa mudança também força os jornais a se modificarem, passando a publicar quadrinhos diariamente e os tornando presença diária na vida dos leitores, dando assim o passo definitivo para que as histórias em quadrinhos se tornem um fenômeno.

Mesmo com a crise de 1929 a década seguinte foi de prosperidade no mundo dos quadrinhos, que adquiriram agora um meio próprio: os gibis. Estes tinham histórias mais extensas que as publicadas em jornais e não se prendiam apenas a um apelo comico. Surgiram outros gêneros como ação, fantasia, ficção científica e aventura. O surgimento dos super-heróis e a disseminação das histórias em quadrinhos tornou essa linguagem atraente para um público importante: os jovens. A riqueza gráfica e complexidade narrativa ainda não eram exploradas com o devido valor por estudiosos, entretanto, apesar dos heróis estarem intimamente ligados aos conflitos civis e políticos pelos quais o mundo passava. Com a difusão dos HQs no período entre guerras é inegável que as mesmas sofreriam influências destes conflitos. No período da Segunda Guerra, por exemplo, capas das histórias em quadrinhos do Capitão América esbanjavam o herói batendo em seu arqui-inimigo, Hitler.

O amadurecimento do público-alvo levou também a um amadurecimento da linguagem gráfica. Surgiram personagens destinados ao mundo adulto, como “Barbarella” de Jean-Claude Forest. Entretanto o público infanto-juvenil continuava sendo o foco central, quando se pensava em HQs. Entre 1959 e 1960 Maurício de Sousa cria a Turma da Mônica, um dos grandes marcos dos quadrinhos no Brasil. A HQ, diferentemente do que pensa o senso comum, não começou exatamente com sua atual personagem principal. Bidu e Franjinha eram o foco narrativo e foram os primeiros personagens a serem publicados através da Editora Continental, em 1960.

A partir dos anos 1980 o surgimento das Graphic Novels cunhou não apenas um formato mais complexo bem como uma linguagem mais rica que a prevista. Roteiros mais complexos passaram a ser utilizados. As graphic novels são livros, que usam a linguagem da arte sequencial para contar suas histórias. Entretanto representam mais um movimento dentro da comunidade produtora e consumidora de quadrinhos que um estilo formal. Dooley (2005) afirma:

os temas dos romancistas gráficos são toda a existência, inclusive as suas próprias vidas. Os artistas desprezam os “gêneros” e todos os seus clichés horrorosos, apesar de conservarem uma perspectiva alargada. Ressentem particularmente a noção, ainda prevalente em muitos sítios, e não sem razão, de que a banda desenhada é um subgênero da ficção científica ou da fantasia heróica. (DOOLEY, 2005, p. 96)

De acordo com Sérgio Mentorbreak (2007) a contribuição da comunidade oriental no desenvolvimento dos quadrinhos também é gigantesca. Os mangás japoneses são um dos exemplos que mais facilmente surgem à nossa mente quando pensamos em quadrinhos hoje. As tiragens de mangás no Japão ultrapassam 700 milhões ao ano e seus quadrinhos são importados para todo o mundo.

Como visto, não há como se estabelecer onde as histórias em quadrinhos surgiram precisamente, mas sabemos que a linguagem que estas utilizam é dinâmica e está em constante mutação. Por esse e muitos outros fatores, podemos dizer que as HQs possuem um excelente potencial como veículo de difusão cultural.

O Grupo Pandemônio e a tecnologia como facilitador para criar e divulgar

O Grupo Pandemônio é uma das adesões de sujeitos mais ressaltadas no mercado independente de quadrinhos do país, projetando o cenário mineiro frente aos outros Estados. Sua principal divulgação acontece hoje através do meio digital. De acordo com o site oficial³ do grupo funciona basicamente como

um coletivo, em que seus membros Vitor Cafaggi (Valente), Lu Cafaggi, Eduardo Damasceno e Felipe Garrocho, Ricardo Tokumoto, Daniel Pinheiro Lima, Daniel Werneck, interagem de maneira similar.

O grupo fomenta o desenvolvimento dos quadrinhos em Belo Horizonte através de suas produções pessoais, e veicula periodicamente a fanzine “Pandemônio”, que funciona como veículo oficial do grupo de quadrinistas, sediado em Belo Horizonte. O Pandemônio é um coletivo e funciona de maneira similar a outros coletivos. Os artistas trabalham com temas que são de vontade própria e seu trabalho tem forte caráter autoral. As figuras abaixo é um exemplar da Pandezine⁴



Figura 01-02: Pandemônio Zine 01

Fonte: Site Oficial Pandemônio Comix, ano 1, n.1, Julho de 2011



Figura 03-04: Pandemônio Zine 01

Fonte: Site Oficial Pandemônio Comix, ano 1, n.1, p.2-3, Julho de 2011

3 Site oficial Pandemônio Comix. Disponível em: <<http://pandemoniocomix.tumblr.com/>> Acesso em: 14 Maio de 2013.

4 Blog do artista e acadêmico Daniel Poeira. Disponível em: <http://issuu.com/daniel_poeira/docs/pandezine01> Acesso em: 14 Maio de 2013.

O grupo Pandemônio tem algumas histórias particulares que se encontram em suas *zines*⁵ periódicas, como por exemplo (Fig. 05-08):



Figura 05-08: Personagem Oswaldo Augusto

Fonte: Blog Oswaldo. Disponível em: <<http://blogdooswaldo.files.wordpress.com/2013/06/2301.jpg>>

Oswaldo Augusto (Fig. 05-08), o peixe de aquário que reflete sobre a vida, foi criado por Daniel Pinheiro Lima em 1998. Oswaldo já teve um livro publicado em 2005 e esporadicamente é selecionado para publicações em jornais e outros sites. Enquanto na figura 09 abaixo temos *Achados e Perdidos*, criado por Eduardo Damasceno e Luis Felipe Garrocho, uma analogia entre o esquecimento e a aceitação, a história de um garoto que tem um buraco negro em sua barriga. Os quadrinhos tem uma trilha sonora criada por Bruno Ito e que serve como complemento das histórias.



Figura 09: Revista *Achados e Perdidos*, de Eduardo Damasceno e Luís Felipe Garroucho

Fonte: Revista *Achados e Perdidos*, ed 01, ano 1, Novembro de 2011

⁵ Zines: Um zine é uma publicação pequena, autoral, de trabalhos originais ou apropriados e geralmente reproduzida em pequena escala, através de fotocópia. Fanzines, ou simplesmente zines, são, desde os anos 60, um meio de comunicação independente, feitos majoritariamente por "fãs" de determinadas subculturas, como cinema de ficção científica, música punk, jornalismo independente, e qualquer outro tema que a imprensa oficial não tratasse com profundidade. Fonte: MCD Brasil. Disponível em: <<http://www.mcdbrasil.net/mcdlab/?p=854>> Acesso em: 24 Junho de 2013.

Outro exemplo é a revista do personagem *Valente: Para Sempre e Valente: Para Todas* (Fig.09). Criado por Vitor Cafaggi, *Valente* conta histórias sobre desilusões amorosas e sua irracionalidade, passando pelos estágios da paixão de forma condescendente e bem humorada. Uma publicação autobiográfica, que fala sobre a condição humana, de uma forma ingênua e sarcástica. O objetivo do HQ é rir de si mesmo.



Figura 09: Personagem Valente

Fonte: Revista *Valente Para Sempre e Valente: Para Todas*, Vitor Cafaggi

Criadas por Ricardo Tokumodo, conhecido como Ryot, temos a revista digital *Ryotiras* (Fig.10), publicadas no website *ryotiras.com* desde 2007.



Figura 10: *Ryotiras*, 2013

Fonte: Website *Ryotiras*, 2013

Ricardo já publicou um livro com as melhores tiras com incentivo popular através do site de *crowdfunding*⁶ Catarse.

Estrutura narrativa e a maneira independente de se fazer quadrinhos

Conforme podemos perceber através dos *websites*, pertencentes a membros do grupo, encontramos quadrinhos criados de diversas maneiras e com evidência autoral e autônoma, o Grupo

⁶ *Crowdfunding*: meio de financiamento coletivo que consiste na forma de capital para empreendimentos de instância coletiva. São iniciativas de financiamento colaborativo. Fonte: SEBRAE. <<http://portal.rn.sebrae.com.br/noticia.php?id=178>> Acesso em: 24 de Junho de 2013.

Pandemônio tem uma liberdade estética muitas vezes negligenciada a projetos comerciais. Suas tiras, como por exemplo, Achados e Perdidos, tratam de vazios existenciais e desilusões que são vivenciadas através do processo de crescimento pessoal que é comum na carreira dos desenhistas.

Algumas das ilustrações têm caráter sombrio e nem sempre estão presentes os elementos comuns às histórias em quadrinhos (balões, onomatopéias) o que mais se encontra em comum entre os quadrinhos do grupo Pandemônio e as histórias em quadrinhos é, definitivamente, a justaposição característica da história sequencial.

Com uma forte veia crítica, são publicados em Oswaldo Augusto e Ryotiras, quadrinhos de cunho social, que fazem crítica ao meio em que vivemos constantemente, ao governo, impostos e outros fatores que assolam a vida do homem comum. Podemos perceber na figura 11 abaixo que o autor expressa um lado “externo” de preocupações do seu âmage e reflexos da juventude atual e a maneira como lida com as expectativas sociais e suas próprias.



Figura 11: Oswaldo Augusto
Fonte: Website Ryotiras

Além disso, o vazio existencial parece ser o caráter que une as tiras do Pandemônio, que muitas vezes tratam de assuntos diferentes, seguindo o caráter de uma reunião coletiva de pessoas que trabalham em uma mesma área, mas não necessariamente da mesma forma.

Agora, tratando a divulgação do Grupo Pandemônio percebemos que o trabalho feito pelo grupo Pandemônio, ocorre, de maneira geral, através da internet. Alguns membros do grupo conseguiram lançar livros e financiar publicações para o grande público através de sites de *crowdfunding*. Além disso, o grupo geralmente participa de feiras e palestras, destacadamente, como membros ilibados⁷ dos quadrinhos mineiros. As figuras 12 e 13 abaixo são trabalhos realizados pelo grupo. A primeira é a página de doação para o projeto Ryotiras Omnibus (Fig. 12) da página oficial do Grupo pandemônio e a segunda a página (Fig. 13) de doação para o financiamento do projeto Achado e Perdido, ambos do mesmo site.

⁷ Membros ilibados: *diz-se de autores que não tem manchas em seu passado e são por isso reconhecidos.*



Figura 12: Site do Projeto Ryotiras Omnibus

Fonte: Projeto Ryotiras no Site Catarse



Figura 13: Projeto Achados e Perdidos

Fonte: Financiamento no Site Catarse

O número de apoios apenas com o capítulo 1 (Fig.13) demonstra a qualidade do trabalho. Também, entendemos que a reputação dos autores no meio cresceu, a partir do apoio da comunidade online, que fez acontecer os projetos supracitados, independentemente os mesmos da mídia *mainstream*. É interessante notar que quanto mais inseridos no contexto fortes mídias digitais menos dependem autores e obras de financiamentos “oficiais” e fomentos governamentais para conseguir desenvolver o seu trabalho. É interessante notar como os integrantes fizeram bom uso das novas mídias e conseguiram se firmar no mercado a partir das mesmas.

A narrativa nas Histórias em Quadrinhos: Grupo Pandemônio

A Potencialidade da HQ quando se necessita transmitir uma mensagem já foi demonstrada por tantas outras produções, como “A Bíblia em Quadrinhos – Novo Testamento” ou “O Alienista”. Um

dos principais aspectos que torna HQs um grande difusor cultural é o fato de boa parte da história ser contada visualmente.

Na história em quadrinhos - como no cinema - podemos compor a figura como nos apraz e podemos focá-la de qualquer ângulo e de qualquer distância - o que jamais nos será dado fazer com a palavra. O desenho, pois, tem mais ângulos e variedades do que a escrita. Enfim, a figura desenhada está muito mais próxima do objeto do que a palavra. Qualquer cidadão de qualquer país reconhecerá um gato desenhado - mesmo que mal desenhado; o mesmo não se poderá dizer da palavra gato, chat, cat.(GAIARSA, 1970, p.117)

A partir do momento em que não se depende tanto da palavra para se contar uma história, a mesma história se torna universal. Por mais que não se entenda o idioma em que uma HQ foi concebida, através da sequencial de quadros (um recurso visual) até um analfabeto é capaz de compreender por alto o que se sucede na história. A limitação da palavra na comunicação é um dos principais aspectos que torna as Hqs ideais no aspecto comunicacional.

(...) a palavra, mais apta como especialidade, joga com uns tantos sons em forma de combinações (...). Com um número finito, na verdade, com um número relativamente pequeno de sons, e apenas vinte e cinco sinais gráficos em correspondência com eles, a palavra consegue "representar toda realidade". É um sistema simbólico muito apto para especialidades estritas (...) mas péssima para usos variados e amplos como se vê na conversa comum (...).(GAIARSA, 1970, p.118)

Vale ressaltar que tanto a parte escrita, quanto a parte visual das HQ's possuem seu papel fundamental e necessário para a criação da narrativa das histórias como um todo, ajudando a criar assim, a semântica geral do conteúdo apresentado. As Hqs, além disso, tem uma facilidade de atingir públicos diversos. Notadamente uma favorita dos jovens, ainda assim a Hq consegue atrair e comunicar a adultos sem que isso seja um desafio.

Nesse momento vamos tratar os recursos visuais. Buscamos as histórias em quadrinhos tratando três elementos gráficos principais, afirma Cirne (1970) que os quadrinhos são constituintes por balão, os ruídos onomatopéicos e o ritmo visual. No que tange as características estéticas das histórias em quadrinhos podemos dizer que o principal, sem sombra de dúvida é o balão (chamado na literatura inglesa de "speech bubble"). Seu formato, seja retangular, circular, ovalado ou em forma de nuvem (no caso "thought bubble" na literatura alglofônica) contém falas, ideias e pensamentos além de ruídos. Segundo Cirne (1970) temos que "o balão é uma instigante visualização espacial do som, assim como também é a onomatopéia". O balão é responsável pelo redimensionamento do quadro. Seu formato expressa sentimentos como o ódio, o medo, a alegria e a surpresa transformando-os de uma realidade linguística a uma realidade concreta (física). Há catalogados 72 espécies de balão, desde os tipos reflexivos aos mudos e este elemento por vezes ultrapassa seu papel inicial, tornando-se um caractere estrutural, sem palavras, que contorna todo o quadro no caso de, por exemplo, um flashback. (p.27) Há muito pouca literatura a respeito deste elemento primordial da linguagem das HQs, porém o seu papel é tão eficiente que não é necessário ser descrito com palavras. É um exemplo clássico de um princípio de design funcionalista do século XX: a forma segue a função. O ruído nos quadrinhos é visual. Diante de uma folha de papel desenhistas não se contém frente às possibilidades de representação estética de um "ploft" ou um "cabum". O barulho se torna forma e um instrumento nas mãos do desenhista do qual se pode extrair tanto uma tradução literal quanto um abstracionismo extremo tradutório deste. A onomatopéia surge nos quadrinhos em 8 de dezembro de 1907, através de "Little Nemo in Slumberland" onde podem ser localizados os sons "ZZZ" e "BOOM" entre outros. O interessante de se perceber em relação às onomatopéias é que elas seguem um

padrão. Não se vê por aí onomatopéias que não possam ser facilmente identificadas pelo leitor. Em artigo publicado na revista Vozes, em julho de 1960: “Conteúdo das revistas-em-quadrinhos no Brasil” registravam-se 163 onomatopéias diferentes em 39 publicações analisadas (p.47-50).

Na pesquisa realizada por Moacyr Cirne (2000) foram 40 revistas totalizavam 1365 onomatopéias diferentes, porém sendo as ocorrências muito próximas umas às outras: a presença de “BAM” (tiro ou batida), “CRASH” (objeto sendo quebrado) E “ZUM” (voô) ou “ZZZ” (pessoa dormindo/roncando) era contante em todas as revistas e traziam sempre os mesmo significados.

Outro elemento visual importante nas HQs é o ritmo visual. Quando se fala em ritmo visual se fala não apenas da sequência de quadros, mas também da forma dos quadros em si, dos requadros e dos recortes nestes, isto é a divisão espacial dentro de um quadro. Existe uma dinâmica estrutural entre esses componentes que dá movimento à leitura e que corresponde às ações sendo executadas pelos personagens. Uma cena de ação, no cinema, não condiz com o uso de câmera lenta normalmente. Há também essa correspondência nos quadrinhos, apesar de não serem uma forma de arte cinética como a sétima arte o é. Para os quadrinhos darem conta do mesmo movimento vai muito do talento do desenhista e do formato utilizado.

Para Dondis (1997) é um grande desafio sobre o espaço de uma tira de jornal criar o suspense necessário tanto para o entendimento do terceiro quadrinho quanto para conquista de um leitor fiel. Já na revista, os quadros tem mais liberdade, sua diagramação não depende da rigidez da última página do caderno cultural de um jornal. O ritmo então tem liberdade de ser conduzido da maneira que aprovar ao desenhista, contando que se tenha em mente princípios de funcionalidade descritos no design quando se fala de linguagem visual.

Além desses elementos, claro, existe o traço de cada desenhista. Seja ele caricato (como costuma ocorrer em sátiras políticas) ou uma representação quase grecoromana da beleza masculina (como geralmente ocorre em revistas de super-heróis), porém dentre todos os aspectos visuais constituintes da linguagem das HQs esse é um dos que mais demanda um estudo caso a caso, não sendo discutido então em nenhuma das sessões desse artigo.

Pensando os recursos textuais, para se criar uma história em quadrinhos, é necessário um acúmulo prévio de conhecimento a respeito do assunto tratado. Fatos, observações, acontecimentos podem ser um referencial, mesmo aqueles que tenham sido tirados da cabeça do roteirista e façam parte de um universo ficcional. Quando um autor trabalha compondo um texto é necessário que ele saiba exatamente onde planeja levar aquele texto e como fará isso. Assim surge a carência de três elementos principais na composição de um texto de HQ: narrativa, roteiro e enredo. Falaremos especificamente destes abaixo.

Tratando a narrativa, podemos considerar que é a maneira que se tem de estruturar acontecimentos que se sucedem. Com uma conotação de relato verídico ou ficcional/mítico, a narrativa tem uma gramática específica e um modo de análise muito diferente dos demais estilos textuais. Ao se desenvolver uma narrativa é possível ter-se o nível de detalhamento de um roteiro, porém a sua interpretação costuma ser distinta deste. O texto da narrativa é estruturado e ao longo da composição de uma história em quadrinhos pode ser citado literalmente nesta - muitas vezes corresponde ao olhar do autor ou do personagem que está a narrar a história. Nas composições de Maurício de Souza, por exemplo, é comum que os personagens conversem com Maurício, naquilo que numa linguagem teatral acostudou-se chamar “atravessando a quarta parede”⁸. No caso dos quadrinhos, que são bidimensionais não há registro de um termo específico para tal.

8 Referencia do A. R. Gruney, peça de teatro *The Fourth Wall*, 1992. Nela constantemente o autor quebra a parede e conversa com a plateia a partir dela surgiu o que chamamos de “trope”.

Uma narrativa é estruturada geralmente através de um enredo no qual se sucede pelo menos uma ação principal e uma ação secundária como resposta a essa ação principal. Nas histórias em quadrinhos ocorre um tipo de narração cujo recurso fundamental é a imagem. Esse é o plano de fundo para a ocorrência das ações e reações subsequentes.

Já no roteiro (argumento) é a maneira de se descrever um argumento sendo um guia para que o ilustrador possa criar a arte da HQ. Enrique Lipszyk num texto denominado “História em Quadrinhos e Seu Argumento” define o que se entende por argumento:

(...) um argumento para história em quadrinhos contém pelo menos um problema a resolver. Algum obstáculo à solução do problema, uma crise na tensão dramática e um apogeu, ou, seguindo o apogeu, um desenlace ou explicação. (Moya, 1972, p.237)

A estrutura do roteiro é simples de se entender e de se compor. Tudo começa com o argumento. O argumento, então, é a primeira coisa a ser decidida em um roteiro e a partir dele descreve-se o cenário e as ações dos personagens. É como se o roteiro fosse a transcrição do argumento de uma maneira que possibilite a transformação deste argumento em elementos gráficos. Um roteiro é dividido em três partes, que são respectivamente a introdução - a qual serve para delimitar os personagens e suas ações -, o desenvolvimento - que é onde se desenrola a história e ocorrem os principais confrontos - e o desfecho - a parte em que o clímax vira calmaria e os problemas previamente levantados ou criados se resolvem. A criação do roteiro é essencial para todo o desenvolvimento de uma história em quadrinhos, visto que a partir desse é possível que o escritor “desenhe” a história em quadrinhos com palavras, possibilitando uma comunicação direta deste com o desenhista, visto que o trabalho de ambos geralmente ocorre de maneira paralela, entretanto separadamente. É possível trabalhar com roteiro que invertem a ordem cronológica dos acontecimentos, entretanto a estrutura clássica é esta.

Referente ao enredo (na literatura inglesa “*plot*”) é a palavra que usamos para um tipo de texto que contém todos os eventos de uma história (sendo inclusive coloquialmente chamado de “esqueleto da narrativa”), o relato dos acontecimentos vividos por personagens em sequência temporal, recheado com verbos de ação que determinam em linhas gerais o que é vivido pelos integrantes da narrativa em tempo real. Serve de fundamentação para a narrativa. Sua diferença em relação ao roteiro é basicamente o fato de que o roteiro é uma versão alongada do enredo posto que neste basta contar uma história, enquanto no roteiro é necessário haver uma descrição muito particular das ações do personagem, seus cacoetes, a expressão que tem ao realizar uma ação, entre outros pormenores.

Considerações finais

Através da pesquisa conseguimos perceber tanto a importância da linguagem dos quadrinhos e o seu potencial narrativo, desenhando histórias e enriquecendo-as, sendo assim um meio interessante de desenvolvimento de narrativas em comparação com o texto corrido. Percebemos também que, atualmente, esse potencial comunica-se bem em relação a modernidade de nossos tempos e confluência de diversas mídias.

Narrativas e meios de se comunicar que são, por definição, mais modernos, ou traduzem melhor a modernidade, de maneira geral são bem sucedidos em financiamentos alternativos, ou seja, diferente daqueles que tradicionalmente vemos no meio, e conseguem seu espaço através de outras ferramentas, que não as tradicionais.

A pesquisa se torna relevante a partir do momento que trabalha o HQ no universo virtual e essa diversidade de financiamentos hoje disponível para que os trabalhos possam ser levados a mais pessoas, de maneira rápida e efetiva.

Referências

CIRNE, Moacy. *Quadrinhos, Sedução e Paixão*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

_____. *A explosão criativa dos quadrinhos*. Petrópolis, RJ: Vozes, Capítulos II, III e IV, pág. 24-38, 1970.

DONDIS, Donis A. *Sintaxe da Linguagem Visual*. Editora Martins Fontes, 2ª edição, São Paulo, 1997.

DOOLEY, Michael Patrick. Steven Heller Allworth Communications, Inc., *The education of a comics artist; visual narrative in cartoons, graphic novels, and beyond*. Allworth Press, 2005, p. 96.

EISNER, Will. *Quadrinhos e Arte Sequencial*. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

GAIARSA, José. "Desde a Pré-História até McLuhan". In: MOYA, A. Shazam. São Paulo: Perspectiva, 1970, pp. 115-120.

LUYTEN, Sonia M. Bibe. *Histórias em Quadrinhos – Leitura crítica*. São Paulo: Edições Paulinas, 1985.

_____. *O que é História em Quadrinhos*. São Paulo: Ed.Brasiliense, 1985.

MCCLOUD, Scott. *Desvendando os quadrinhos*. São Paulo: Makron Books, 1995.

MENTORBREAK, Sérgio. *Cai o Consumo de Mangás no Japão*. 23/12/2007. In: Blog 100 Grana: Cultura pop para lisos! Disponível em: <<http://100grana.wordpress.com/2007/12/23/cai-o-consumo-de-mangas-nojapao/>> Acesso: 19 Maio de 2013.

MOYAA. Shazam. São Paulo: Perspectiva, 1972, pp. 115-120.

RAHDE, Maria Beatriz. *Origens e evolução da história em quadrinhos*. In: Revista

Super-heróis internacionais desenhados por mineiros

Eliane Meire Soares Raslan¹
Marília de Aguiar Teixeira²

Resumo

O mercado nacional de quadrinhos no Brasil ainda é dominado por publicações estrangeiras, apesar do recente crescimento numérico de obras e artistas nacionais atuando nesta área. Com o objetivo de explorar as influências dessas produções artísticas realizadas por brasileiros e dos artistas que publicam seus trabalhos nas editoras brasileiras ou/e no exterior, buscamos os desenhistas mineiros Eduardo Barros e Vilmar Conrado como fonte de análise dessas mediações artísticas e culturais dos quadrinhos internacionais.

Palavras-chave

quadrinhos; mercado; cartunistas brasileiros

Introdução

As Histórias em quadrinhos são uma expressão artística e uma forma de comunicação em massa, que combina imagens e texto em uma sequência para contar uma história e/ou transmitir informações. Para Sousa (2002) elas ganharam popularidade ao redor de todo o mundo a partir do início do século XX, tornando-se parte do imaginário popular e da cultura pop de diversos países.

Devido às políticas expansionistas dos EUA e a sua indústria cultural poderosa, as histórias em quadrinho americanas (ou *comics*), se tornaram populares ao redor do mundo todo. Ela foi responsável por criar símbolos tão profundamente arraigados na cultura popular que até mesmo pessoas que não costumam consumi-las são capazes de reconhecê-las. Essa popularidade acabou por gerar uma legião de fãs que, posteriormente, ansiavam por trabalhar com seus personagens favoritos.

Aliada a essa influência, a falta de um mercado nacional expressivo no Brasil acabou por se tornar um grande obstáculo aos artistas que desejam trabalhar com quadrinhos, de várias formas: por exemplo, o público já admite que os produtos bons sejam os importados; as editoras que trabalham com esse tipo de material, portanto, seguem o mesmo paradigma, visando as vendas e os lucros; e entre outros, esses pensamentos regulam o funcionamento mercadológico.

¹ Professora, orientadora e pesquisadora da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG).

² Estudante do 7º período do curso de Licenciatura em Artes Visuais da Escola de Design da UEMG.

Dentro desse cenário, a saída encontrada por muitos desses artistas foi trabalhar para o mercado exterior, que em última análise é, ao mesmo tempo, sua fonte de inspiração e um dos motivos para não conseguirem trabalhar no Brasil. E por apresentar trabalhos de grande qualidade, ganham seu espaço e atraem o olhar desses mercados, que cada vez mais buscam talentos fora de suas fronteiras. É o caso dos desenhistas Eduardo Barros e Vilmar Conrado cujo trabalho analisamos neste artigo.

Eddy Barrows³, nome artístico que Eduardo Barros recebeu no mercado americano, começou sua carreira em 1997, trabalhando para várias editoras em Belo Horizonte, com ilustrações para livros didáticos, infantis, e agências de publicidade. Em 1999 conseguiu seu primeiro trabalho no mercado exterior através da agência *Art&Comics* na editora *Chaos!Comics*. Atualmente trabalhando como desenhista exclusivo da *DC Comics*, já emprestou seu talento a títulos de grande sucesso, como *G. I. Joe*, *Lanterna Verde*, *Asa Noturna*, *Jovens Titãs* e um dos carros chefes da editora, o *Superman*.

Will Conrad⁴, ou Vilmar Conrado, iniciou sua carreira de modo semelhante; trabalhava com livros didáticos e ilustrações para matérias de jornal enquanto se aprimorava e fazia testes para trabalhar com quadrinhos. Já trabalhou nos títulos *X-Man*, *Pantera Negra* e *Vingadores* na *Marvel Comics* e hoje também trabalha exclusivamente para *DC Comics*. As figuras 01-03 demonstram bem os super-heróis desenhados pelos artistas brasileiros. Percebemos como é marcante o traços de ambos e como conseguem promulgar nos personagens o novo herói contemporâneo, que vai da tecnologia aos detalhes de movimento e expressão.



Figura 01-02 Batman e Super-Homem

Fonte: Site Oficial da Marvel, Universo Marvel 616 - Desenhista Eddy Barrows

3 Eddy Barrows nasceu em Belém do Pará, brasileiro que mudou para Belo Horizonte quando tinha apenas 2 anos de idade. Desta forma trabalhamos esse artista neste artigo como um desenhista mineiro. 16 setembro de 2012. Blog Lapis e Papel Disponível em: <http://lapisepapeldesenhos.blogspot.com.br/2012_09_01_archive.html> Acesso em: 19 Junho de 2013.

4 I Will Conrad nasceu em Belo Horizonte. Informações tiradas da Entrevista realizada pelo Studio Made in PB com Arthur ou "Art Thibert". In: NETO (2013).



Figura 03- Wolverine

Fonte: Site Oficial da Marvel, Universo - Marvel 616. Desenhista Will Conrado.

A partir do momento que visualizamos os trabalhos de Eddy Barros e Will Conrad no exterior não é mais surpresa o motivo de suas aceitações no mercado internacinal para desenhistas de alguns dos super-heróis com maior sucesso no mundo. Realmente seus desenhos são cheios de detalhes e expressões marcantes.

Já para os artistas, é uma honra e um prazer trabalhar com personagens dos quais eles são fãs desde a infância, assim como uma responsabilidade, uma vez que são responsáveis por uma parte importante da produção dessas histórias e de seu sucesso perante o exigente público⁵.

As histórias em quadrinhos americanas e sua influência no Brasil

As histórias em quadrinhos tem como marco inicial, a criação da tira de jornal "*Down Hogan's Alley*" (1983) de Richard Fenton Outcault, onde aparece pela primeira vez a personagem *Yellow Kid*. Apesar de existirem manifestações da linguagem dos quadrinhos desde a era pré-histórica, e durante toda história da humanidade, nas mais diversas formas e suportes (MCCLLOUD, 1995, p. 10), e até mesmo algumas muito próximas à sua linguagem moderna, como as obras de Rudolph Töpffer e Ângelo Agostini, *Yellow Kid* confere aos EUA a reivindicação da sua invenção. Seu sucesso atraiu a atenção de vários jornais e logo outras tiras surgiram. A princípio, as *comic strips* (tiras de humor) serviam de atrativo para o público, tornando-se armas na disputa por espaço entre os jornais americanos.

Com o tempo, as tiras começaram a se sofisticar, ganhar notoriedade e desenvolver uma linguagem e estética próprias, com um repertório específico de símbolos como balões de fala, onomatopeias e outros recursos gráficos, que acabaram por extrapolar as páginas dos jornais para outras mídias, como o cinema, a televisão, e o seu veículo definitivo, as *comic books* (revistas em quadrinhos), marcando de vez as histórias em quadrinhos no imaginário popular.

A chamada "era de ouro" das histórias em quadrinhos veio nos anos 30, com o advento do

gênero de aventura. *Dick Tracy*, *Flash Gordon*, *Mandrake*, entre outros, trouxeram várias inovações na maneira como as histórias são contadas; mas foi em 1938 que surgiu o estilo que iria marcar definitivamente os quadrinhos norte-americanos e que atualmente é a base de sustentação de sua indústria, e um dos mais arraigados símbolos de sua cultura: os super-heróis. Alves (2003) ainda afirma que o *Super Homem*, criação de Jerry Siegel e Joe Shuster, foi o primeiro (e até hoje o mais popular) personagem de uma sucessão de heróis e heroínas épicos, símbolos criados para combater o mal e defender os fracos.

O surgimento dos *syndicates* foi um importante passo para o crescimento do mercado:

[...] a criação dos poderosos *syndicates*, que na verdade não eram sindicatos e sim agências que detinham direitos sobre os personagens e que regulavam a distribuição das histórias dentro dos EUA e no mundo. Essa “proteção” veio acompanhada de uma planejada e agressiva campanha de distribuição, merchandising e preços baixos, o que em alguns países soou como uma barreira para o desenvolvimento da produção local, gerando, em alguns casos, leis de reserva de mercado (ALVES, 2003, p.10 apud LUYTEN, 1980:230; VERGUEIRO, 1999).

Logo as histórias em quadrinhos ganharam importância em várias esferas da sociedade americana. Elas foram utilizadas na política em vários momentos, por exemplo, como um dos veículos propagadores do *American Way of Life* (assim como o cinema, a música e a televisão); também como recurso da política de boa vizinhança, quando o governo americano levou Walt Disney para um tour pela América, ocasião em que ele criou vários personagens latinos baseados em suas observações, que contracenaram em um filme com o *Pato Donald*, inclusive o famoso *Zé Carioca*. Essa viagem objetivava a aproximação dos EUA com os países da América latina, criando mercado consumidor e aliados políticos ao mesmo tempo.

Sendo época da Segunda Guerra, o governo americano procurava cada vez mais se aproximar dos países latino-americanos e, por intermédio de um alto funcionário, Nelson Rockefeller, foi sugerida uma visita à América do Sul para Walt Disney. Rockefeller, que era coordenador de Assuntos Internacionais, ligado ao Departamento de Estado do governo Roosevelt, fez com que a agência arcasse com todas as despesas de viagem e ainda garantiu 300 mil dólares para que os Estúdios Disney produzissem um filme com temas latinoamericanos. A aventura cinematográfica levou toda equipe americana por onze países (incluindo o Uruguai, a Argentina, a Bolívia e o Brasil) em que Walt e sua equipe faziam relações públicas e coletavam material para seus filmes. (REBLIN apud CARVALHO, 2006).

Com a indústria forte e a política expansionista, as *comics* americanas invadiram os outros países, chegando em alguns casos a dominar os mercados internos. As revistas da *Disney* e os já citados super-heróis, aliados à projeção de outras mídias como o cinema e a televisão, levaram a cultura americana a uma hegemonia, facilmente constatada através da influência que esses clássicos possuem em culturas do mundo todo. Alves (2003) afirma que em alguns casos foram criadas leis que visavam a defesa dos produtos nacionais, como na França e a Itália, onde as *comics* americanas chegaram a ser proibidas para que não inibissem a produção local. Mas em outros casos, como no Brasil, os artistas nacionais foram imensamente prejudicados, uma vez que a poderosa indústria americana não dava margem à concorrência. Especificamente no caso dos quadrinhos, as editoras nacionais ainda preferem publicar os personagens americanos, que seguramente trarão lucro a um baixo custo, do que se aventurar investindo em uma publicação nacional. Sendo assim, apesar da crescente produção, ainda nota-se que a maioria das publicações no mercado brasileiro é importada.

Esse “domínio” começado no início do século XX perdura até os dias atuais, em toda a indústria cultural. Nota-se uma grande quantidade de produtos culturais importados em todas as mídias:

músicas, filmes, livros, programas de televisão, entre outros, que quando não são americanos, são copiados de modelos americanos. É possível perceber inclusive a incorporação de palavras e expressões em inglês no dia-a-dia do brasileiro. Essa hegemonia cultural acabou por incutir na população os símbolos da cultura estrangeira. Alves (2003:7) busca as ideias de Canclini (1999:148) afirmando que: se lembrarmos de que as artes e os meios de comunicação são responsáveis pela formação dos referentes de identidade cultural e do repertório textual e iconográfico, fica claro que a influência americana está muito além da simples apreciação superficial. Ela está também nos valores, ideias e comportamentos de gerações, colocando-nos em um “entre-lugar”, uma espécie de ambiente híbrido entre nossa cultura e a cultura estrangeira.

Como consequência de todos esses fatores, podemos apontar algumas questões relativas aos artistas da área de quadrinhos brasileira atualmente. Primeiro, mesmo na busca de uma linguagem própria ou nacional, há sempre a referência americana. Ela está arraigada no repertório de símbolos da nossa cultura globalizada e na própria linguagem dos quadrinhos. Segundo, o mercado tomado por publicações estrangeiras se torna difícil para os quadrinhos nacionais que são menos competitivos. Terceiro, o amor, esforço e dedicação desses artistas por sua arte cria uma qualidade admirável, o que gera para eles a oportunidade de trabalhar no exterior, desenhando os personagens que conheceram durante toda a sua vida.

Breve visão dos artistas brasileiros no mercado estrangeiro

Existem inúmeras diferenças entre os mercados brasileiro e norteamericano. Podemos observar, por exemplo, que nos EUA os já citados *syndicates* detêm os direitos de distribuição e venda. Eles compram na verdade esses direitos, e não a arte em si;

Desta forma, os criadores podem se beneficiar e prolongar a vida e os contextos de seus personagens ilimitadamente. Neste mercado, a relação entre os quadrinistas e os editores é de intensa confiança mútua. Os editores participam do processo de criação do personagem identificando alguma oportunidade no mercado para consolidar a existência desta novidade. (GRAVETT, 2006).

Assim, as histórias inéditas de personagens criados no início do século passado como o *Batman* ou *Peanuts* ainda são lançadas apesar de seu criador não atuar mais. Essas histórias são produzidas por uma equipe composta de vários profissionais, como desenhistas, arte-finalistas, coloristas, editores, roteiristas entre outros. O que significa que cada personagem passou por diversos artistas e pontos de vista diferentes até os dias atuais. Para lidar com as diferenças que poderiam acabar surgindo em decorrência da divergência de opiniões, estilos, técnicas, etc., existentes entre os membros das equipes ao longo do tempo, é estabelecido um padrão para cada publicação, que todos devem seguir.

No Brasil, apenas os estúdios Maurício de Souza possuem um método de trabalho parecido. Para Calazans (2002) há uma tentativa ou outra de sucesso, mas no geral o mercado brasileiro é marcadamente autoral e pessoal. Mesmo com projetos de incentivo, como a criação do Decreto-Lei 52.497, em 23 de setembro de 1963, que visava a nacionalização progressiva dos quadrinhos brasileiros e a formação de uma reserva de mercado, houve pouca alteração nesse cenário, pois as editoras fizeram pressão, alegando a falta de trabalhos em qualidade e quantidade suficientes.

Há ainda outro aspecto que se deve levar em consideração. Como pudemos constatar, a hegemonia americana sobre o mercado brasileiro desde o início do século XX criou gerações em uma cultura onde os símbolos estrangeiros convivem com os símbolos nacionais e as histórias em quadrinhos, principalmente do gênero super-heróis, tiveram uma grande importância nesse aspecto. Logo

surgiram fãs, que criaram interesse não apenas nas histórias, mas também na arte, desenvolveram suas habilidades e a vontade de trabalhar no ramo. Como resultado, podemos apontar dois tipos de produtos: histórias brasileiras de super-heróis e artistas que trabalham para empresas estrangeiras.

Desde o surgimento das histórias de super-heróis nos EUA existem criações similares em terras tupiniquins; a maioria não resistia muito tempo no mercado, mas alguns fizeram sucesso. Esses heróis eram uma tentativa de transpor o símbolo do herói épico para o nosso contexto. Como exemplos podemos citar o Gralha Azul, Capitão Ninja, Cabala, Crânio e Arcanum. Contudo, esses heróis não apresentam uma verdadeira identificação identitária com o público brasileiro. As narrativas, cenários, estilo do traço, uniforme, enfim, suas características são americanas.

Por outro lado, cada super-herói brasileiro reflete alguns elementos dos super-heróis americanos. A maioria dos super-heróis brasileiros nem brasileiros são e, talvez, aí está sua dificuldade em se estabilizar no mercado de quadrinhos: a ausência de símbolos nacionais. É como ter à escolha um produto importado com um preço acessível e um produto “importado” com um preço inacessível, caso se queira manter a qualidade gráfica deste último. (REBLIN, 2006, p. 58)

Por outro lado, os artistas que desejam trabalhar no ramo, e não se sentem seguros para publicar seu trabalho aqui (tendo em vista todas as condições já citadas) encontram como solução vender seu trabalho para fora do país. Empresas como a *DC Comics* e a *Marvel*, que já têm seus padrões pré-estabelecidos, encontram então trabalhadores de boa qualidade e dispostos. Há atualmente uma quantidade considerável de artistas nas grandes editoras americanas que são originários não apenas do Brasil, mas também de outras partes do mundo; que não apenas trabalham, mas têm sua arte reconhecida, atuando nos grandes títulos dessas editoras e atraindo legiões de fãs.

Através de consulta a diversas entrevistas concedidas a várias mídias, não apenas pelos artistas citados nesse artigo, mas por outros que também trabalham no mercado americano, podemos constatar alguns fatos importantes a respeito da formação desses artistas e o funcionamento das editoras. É uma unanimidade entre eles, por exemplo, que as editoras se utilizam de dois critérios para contratar seus artistas: profissionalismo e qualidade do trabalho. Para conquistar sua vaga nesse meio, aprimoraram suas técnicas, estudaram muito, criaram seu portfólio para ser avaliado, e se candidataram para a vaga; assim como faria um artista americano. Existem algumas agências especializadas em selecionar os artistas e encaminha-los para as editoras ou trabalhos específicos, como a já citada *Art&Comics*.

Com relação à formação dos artistas, grande parte se deve realmente ao seu esforço individual. Conheciam os personagens e histórias, colecionavam as revistas em sua infância/adolescência. Em sua maioria são autodidatas, ou seja, aprenderam sozinhos a desenvolver seu talento. Vale ressaltar que uma minoria, principalmente de profissionais mais novos teve uma educação mais formal em escolas especializadas como a Casa dos Quadrinhos em Belo Horizonte.

A arte de Eddy Barrows e Will Conrad

Uma vez que os personagens já têm seus padrões pré-estabelecidos, quando um artista novo é contratado para trabalhar em uma série, ele é forçado a seguir esses padrões. Com a exceção das reformulações que ocorrem nos personagens de tempos em tempos, não há muita liberdade para criar. E até mesmo essas reformulações devem manter alguns parâmetros, pois do contrário a editora correria o risco de não agradar ao público já aficionado a esses personagens. Não significa que todos os artistas apresentem trabalhos idênticos. Existem diferenças entre a maneira como cada um se utiliza dos mesmos elementos; e a personalidade e influência de cada desenhista se expressa

nos traços, nas formas, nas composições de quadros e cenas, e na forma como ele conta a história. Através de uma análise, baseada em teorias da Gestalt e da linguagem dos quadrinhos, pode-se constatar a diferença entre estilos.

Se observarmos o trabalho de Eddy Barrows, poderemos notar alguns aspectos que o caracterizariam, como a utilização de poucos e cuidadosos traços para definir bem as feições das personagens, de forma que os rostos desenhados por ele tendem ao estilo acadêmico (mais próximo do real), mesmo nas cenas de ação, em que a simplificação do traço é necessária para o entendimento da cena; o que normalmente não se nota no estilo de desenho caricato das *comic books*. Comparando seu trabalho com o de Andres Guinaldo, ambos em uma cena de diálogo na série “Nightwing”, é possível notar essa diferença. O artista também se vale por vezes de brincar com os formatos dos quadros, como na página do exemplo abaixo, onde a incompletude dos dois últimos quadros sugere um momento não delimitado, atemporal, em que as personagens se olhavam, criando uma leve tensão romântica.



Figura 04-05: Revista Nightwing – Os novos 52

Podemos citar também a maneira como o artista organiza os quadros, compondo a página de maneiras não convencionais em prol do ritmo da narrativa. Para exemplificar, podemos notar que a disposição dos quadros em cenas de ação é não linear, e está disposta de modo a formar linhas diagonais nas páginas inteiras, ou em zigue-zague. Essas linhas direcionam o olhar do leitor, emprestando dinamismo à cena e aumentando a sensação de “ação”, transmitindo a rapidez dos movimentos dos personagens.



Figura 06: Revista Nightwing – Os novos 52

Já no trabalho do artista Will Conrad, podemos notar o mesmo esmero para retratar as personagens, contudo, ele se vale de mais traços e de formas fechadas (áreas de sombra completamente pretas) para compor os rostos e cenas. Essa maior quantidade de detalhes possibilita ao artista retratar mudanças muito sutis de humor nas personagens, reações que normalmente passariam sem ser notadas, uma habilidade que torna cenas dramáticas ou diálogos riquíssimos.



Figura 07: Revista Stormwatch – Os novos 52

Fonte: Revista Stormwatch, ano 3, n.18,p.3, Maio de 2013

Outra característica marcante se encontra na composição de página. O artista faz uso constante de um recurso narrativo: ele usa uma imagem maior, que ocupa todos os espaços da página mostrando o cenário ou a cena de um ponto de vista amplo, e insere nessa imagem quadros, como se esses quadros fosse recortes de um momento dentro de uma ação/cena maior. Esse recurso leva a uma compreensão maior do contexto, o que propicia que os quadros concentrem-se apenas nos aspectos importantes de cada “recorte”, os detalhes. Há ainda um recurso (menos empregado) na maneira de retratar cenas com ação extrema ou movimentos demasiado amplos, muito semelhante ao utilizado por Eddy Barrows: a organização não linear dos quadros. Mas, diferentemente de seu colega, Conrad cria linhas em zigue-zague através da sobreposição dos quadros, ou como no caso abaixo, incluindo o quadro no próprio movimento, através da perspectiva.



Figura 08: Revista Stormwatch – Os novos 52

Fonte: Revista Stormwatch , ano 2, n. 12, p. 5, Outubro de 2012

É importante ressaltar que, esses recursos também são utilizados por outros artistas ocasionalmente; essas características são muito sutis, uma vez que todas as equipes se esforçam em manter uma homogeneidade mínima entre as revistas (com raras exceções). O que é relevante é o modo como eles aproveitam esses recursos para contar as histórias e compor as cenas, assim como a preferência que demonstram por esse ou aquele artifício gráfico.

Considerações finais

Os símbolos expressos pela cultura americana através da industrial cultural e de entretenimento se mesclam com os nossos símbolos, e acabam se tornando parte da cultura nacional, criando uma espécie de ambiente híbrido, um “entre-lugar” resultado da sua mistura/convivência. A indústria

cultural estrangeira é, portanto, fomentadora e oponente à indústria cultural nacional, pois se por um lado ela fornece parte dos símbolos, técnicas, estratégias, estéticas e até mesmo linguagens que formam o repertório imagético da população/público, por outro lado ela domina o mercado interno, se tornando um obstáculo ao seu desenvolvimento.

Essa influência do mercado externo criou um público cativo, e posteriormente interessado em trabalhar no meio; surgiram artistas que impossibilitados de trabalhar no mercado nacional, buscaram sua realização profissional nas grandes indústrias americanas. Artistas como Eddy Barrows e Will Conrad, através de seu estudo autodidata, esforço e criatividade acabariam por conquistar seu espaço, dentro dessa indústria. Apesar de toda interferência, os artistas nacionais demonstram ter suas próprias formas de se expressar artisticamente, e atualmente são inspiração para vários jovens que, podem um dia, vir a ocupar seu lugar.

O fato de já existirem brasileiros que se tornaram referência dentro do meio das histórias em quadrinhos levanta uma hipótese: o movimento antes unilateral de “domínio” da cultura americana pode estar se modificando, já que há agora uma troca, ainda que mínima, de informações. Ou seja: onde antes havia um recebimento passivo do que vinha pronto de fora, agora há uma contribuição de fato com o que é produzido. Esse movimento pode vir a se expandir, talvez a ponto de influenciar a cultura estrangeira tanto quanto ela influenciou a nossa.

Referências

- ALVES, Bruno Fernandes; *Superpoderes, malandros e heróis: o discurso da identidade nacional nos quadrinhos brasileiros de super-heróis*. 123 paginas. Dissertação-Universidade Federal de Pernambuco. Recife 2003.
- BATISTA, Paulo César de Sousa; PAIVA, Thiago Alves; RAMOS, Roberto Rodrigues; ALMEIDA, Priscilla Correa da Hora; OLIVEIRA, Leonel Gois Lima. *As relações contratuais das indústrias criativas: o caso dos quadrinhos no Ceará*. In: Cadernos EBAPE.BR, Vol. 9, No. 2, p.377–393 2011.
- CALAZANS, Flávio Mário de Alcântara; *O Marketing das Histórias em Quadrinhos: um modelo mercadológico como segmentação de mercado do produto de exportação da HQ autoral brasileira*. In: Revista Ciências Humanas. Volume 8, N 2, II Semestre 2002;
- EISNER, Will; *Quadrinhos e Arte Sequencial*. São Paulo: Martins Fontes, 1989.
- FILHO, João Gomes; *Gestalt do Objeto*. São Paulo: Escrituras Editora e Distribuidora de Livros Ltda, 2000.
- GRAVETT, P. *Mangá: como o Japão reinventou os quadrinhos*. São Paulo: Conrad Editora, 2006.
- HALL, Stuart; *Da Diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.
- MCCLOUD, Scott; *Desvendando os Quadrinhos*. São Paulo: Makron Books, 1995.
- MORELATTO, Ricardo Bruscaim. *Estudo Comparativo entre a produção brasileira de histórias em quadrinhos e a produção estrangeira, veiculadas no país entre 1934 e 1970*. In: Revista Brasileira de Marketing, Vol. 6, No 2, 2008.
- NETO, Janúncio. *Studio made in pb entrevista: art thiebert: uma entrevista exclusiva com um dos mais talentosos artistas das hqs*. 13 de fevereiro de 2013. Disponível em: <<http://studiomadeinpb.wordpress.com/tag/joe-bennett/>> Acesso em: 19 junho 2013.
- ORTIZ, Renato; *Cultura e mega-sociedade mundial*. In: Lua Nova, São Paulo, n. 28-29, Abril. 1993. Disponível
- REBLIN, Iuri Andréas; *Identities não tão Secretas: a tensão entre identidades culturais num contexto globalizado*. In: Protestantismo em Revista. São Leopoldo, v. 10, mai.-ago. 2006.
- RÊGIS, Ana Manuela Farias; SILVA, Úrsula Rosa da. *A formação da quadrinista brasileira e sua atuação e perspectiva no mercado nacional e internacional*. In: XII ENPOS II MOSTRA CIENTÍFICA, 2010.
- SANTOS, Jorge Pedro; *Fotojornalismo: Uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa*. Porto, 2002
- VERGUEIRO, Waldomiro; SANTOS, Roberto Elísio dos. *Revista Crás!: Quadrinhos brasileiros e indústria editorial*. Matrizes: Revista do programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, ECA/USP; Paulus, Ano 3, No 2, p.135-152, jan./jul. 2010.

Música nos Quadrinhos: Mediações e criações visuais a partir de histórias musicais

Eliane Meire Soares Raslan¹
Ágatha de Araújo Andrade²

Resumo

O presente trabalho visa a estimular a reflexão sobre a concepção das narrativas gráficas dos quadrinhos de Eduardo Damasceno e Luís Felipe Garrocho, nas obras “Quadrinhos Rasos” e “Achados e Perdidos”. Considerando que a música constrói uma ligação do texto e das imagens em suas histórias, procuramos abordá-la como mediadora nos quadrinhos. Os recursos semânticos de intermedialidade, das matrizes sonoras pertencentes aos roteiros e de representações visuais da linguagem sonora, permite tratar essas letras de músicas famosas na mediação e na criação visual a partir das histórias musicais em quadrinhos, existe um entendimento de seus hipertextos.

Palavras-chave

Quadrinhos; Música; Narrativas Musicais; Intermedialidade; Quadrinhos Musicais.

Introdução

Primeiramente, antes de adentrar a análise e relação das matrizes sonoras com os quadrinhos criados por Damasceno³ e Garrocho⁴, tanto nas obras de Quadrinhos Rasos como em Achados e Perdidos, é importante saber a intenção dos autores com suas obras, de modo a evidenciar o caráter inovador dos trabalhos produzidos. Dessa mesma forma, também, é possível compreender a principal ideia que rege os roteiros dos autores, sendo esta essência o que permitirá o caráter intermediário de suas narrativas gráficas e, então, a construção de sentido das mesmas por meio da música.

O Damasceno e o Garrocho são quadrinistas criadores de dois projetos, a saber: Quadrinhos Rasos⁵ e Achados e Perdidos⁶. O primeiro, sendo o projeto inicial e que estreia o contato com o

1 Professora e pesquisadora da UEMG.

2 Bacharelado do 5º período do curso de Design Gráfico da Escola de Design/UEMG. Trabalho apresentado no dia 04 de Junho de 2013 no GT 03 – Artes Visuais e Mediações Socioculturais nos Quadrinhos.

3 Eduardo Damasceno é bacharel em produção editorial, coautor na Quadrinhos Rasos, desenhista e co-criador, junto com Gomba, de Achados e Perdidos e de Cosmonauta Cosmo, um dos sócios na Aerofog, diretor de Arte na Detail Library Committee. Foi professor na Casa dos Quadrinhos em Belo Horizonte/MG e diretor de Arte na Abuzza. Fonte: <<https://www.facebook.com/eduardo.damasceno.733>> Acesso: 26 setembro 2013.

4 Luís Felipe Garrocho (Liper Gomba) é desenhista e roteirista, criador dos Achados e Perdidos, junto com Damasceno. Fonte: <https://pt-br.facebook.com/lfgarrocho?hc_location=timeline> Acesso: 26 setembro 2013.

5 Site oficial dos Quadrinhos Rasos. Fonte: <<http://www.quadrinhosrasos.com/?p=142>> Acesso: 05 Abril de 2013. Felipe Garrocho – roteirista.

6 Site oficial dos Achados e Perdidos. Fonte: <<http://www.quadrinhosrasos.com/?p=142>> Acesso: 05 Abril de 2013. Primeiro quadrinho a ser financiado por meio do Catarse.

universo musical, é um blog onde são publicadas tiras em formato de apenas uma página contando histórias a partir de roteiros criados por letras de música previamente já publicadas. Devidamente consagradas por outros artistas músicos, seu público já é familiarizado com os ritmos das letras a serem lidas, permitindo uma associação sinestésica com o texto. De acordo com as afirmações dos autores em seu blog, sobre o processo criativo de Quadrinhos Rasos: “Criamos algumas linhas guias (e não regras) para a execução das páginas – não podemos retratar o que as músicas querem dizer – as letras devem funcionar como um texto completamente novo”.

Já na segunda obra, *Achados e Perdidos*, livro editado e publicado via financiamento coletivo (*crowd founding*), uma trilha sonora foi desenvolvida por Bruno Ito, músico convidado, para o roteiro escrito e desenhado por Damasceno e Garrocho. Esta obra tem, por sua vez, uma trilha em CD anexo ao livro, que tanto conta a narrativa gráfica em outro formato de mídia (melodia e letra), como também pode ser ouvida individualmente, de acordo com o informado nas páginas do livro, como podemos verificar na figura 01 abaixo. São introduções dos autores sobre como conduzir a leitura da obra. O conjunto da obra pode ser associado sinestesicamente pelo público assim como uma espécie de videoclipe que vai se formando na mente do leitor.



Figura 01: Instruções da 2ª obra *Achados e Perdidos*
Fonte: Site Oficial Quadrinhos Rasos

Posto a ideia primeira, em Quadrinhos Rasos, de que as músicas devem se tornar um texto novo e a segunda, em *Achados e Perdidos*, em que uma trilha completamente nova foi criada a partir dos roteiros de quadrinhos, tem-se a primeira conclusão sobre o processo de construção de sentido utilizado pelos autores, resumido no pensamento de Will (2010): “A experiência comum e um histórico de observação são necessários para interpretar os sentimentos mais profundos do autor” (p. 20). Valendo-se, portanto, de letras musicais já conhecidas e também do universo literário (dos quadrinhos) já conhecido, os autores propõe o primeiro contato de identificação e sentido de suas histórias com o público em paralelo aos seus contextos culturais.

Em uma segunda análise das obras, sobre a proposta de tempo e velocidade de leitura das histórias, configurando uma identificação de sincronia entre o espaço gráfico e o espaço musical,

a estrutura dos sistemas de enquadramento de ambos é estabelecida de maneira maestral por Damasceno e Garrocho: a acompanhar, reinventar e propor outros sistemas de ritmo para a leitura. O princípio aplicado pelos autores é válido tendo em vista a seguinte afirmação feita por Eisner:

(...) o tempo se combina com o espaço e o som numa composição de interdependência, na qual concepções, ações, movimentos e deslocamentos possuem um significado e são medidos pela percepção que temos da relação entre eles. (EISNER, 2010, p.23)

Eisner (2010) também propõe a seguinte observação sobre a relação espaço-tempo em narrativas gráficas: “A habilidade de expressar a passagem do tempo é decisiva para o sucesso de uma narrativa visual” (p. 28). Em *Achados e Perdidos* e em *Quadrinhos Rasos*, a lembrança do tempo musical e do tempo da narrativa se encontram com o texto, contribuindo para o entendimento dos tempos de leitura e, por conseguinte, para o processo de construção de sentido das obras. Assim sendo, conseguem, concomitantemente, recurso para que o leitor não desvie o seu olhar até outros quadros, não comprometendo pois, a evolução correta da leitura. Exemplificando, na figura 02 abaixo, página de *Quadrinhos Rasos*, uma proposta visual para a letra de “Faroeste Caboclo”, do cantor e compositor brasileiro Renato Russo⁷, existe uma relação entre o visual e a letra da música. A obra de Renato é roteiro para Damasceno e Garrocho que criam uma nova história visual, a projeção de nostalgia e saudosismo de um cidadão idoso.



Figura 02: Música Faroeste Caboclo
Fonte: Site Oficial Quadrinhos Rasos

Voltando ao entendimento do processo de construção de sentido, o que ocorre, na realidade das duas obras, é a transposição musical para a vertente da narrativa linguística propondo uma nova interpretação e, no caso de *Achado e Perdidos*, uma transposição da história visual para uma história musical (realizado por Bruno Ito). Cluver (2006) define este tipo de associação de formas de mídias mistas como associação de nível intermediário em seu artigo, explicando os processos de Intermedialidade.

⁷ Renato Russo (1960-1996) nasceu na cidade do Rio de Janeiro/Brasil. Compositor, poeta, cantor e pensador brasileiro. Fez sucesso com destaque frente a banda Legião Urbana. Anteriormente era de uma das primeiras bandas de Punk Rock brasileira – Aborto Elétrico, que depois se dividiram em Legião Urbana e Capital Inicial. Fonte: Site da Uol < http://pensador.uol.com.br/autor/renato_russo/ > Acesso: 26 setembro 2013.

“os teóricos das mídias, na sua maioria, concordam que eles trabalham com formas mistas, nas quais elementos verbais, visuais, auditivos, cinéticos e performativos agem conjuntamente(...)O fenômeno dessas formas mistas também é denominado, no uso corrente alemão, “intermedialidade”(…) Os estudos sobre esses processos se ocupam, em primeiro lugar, da representação lingüística de textos não-verbais e da transposição de textos literários para outras artes e mídias (ilustração, filmagem, musicalização como poema sinfônico e não como canção ,etc.) (CLUVER, , p.17-18, 2006)

Ao conjunto final destas afirmações, portanto, chegamos ao ponto de que a junção das linguagens e dos recursos lingüísticos, a partir de músicas já existentes e de um pré-roteiro, configura-se como um processo intermediário de construção de sentido. A idéia de utilizar o repertório do receptor para o entendimento da obra é uma ferramenta que promove o deslocamento do texto, tão logo, sua conexão com a consciência do receptor, fazendo com que este processo se torne uma nova construção textual (de modo prático, um hipertexto é criado como resultado final).

A partir do processo de construção intermediário, tem-se também processos únicos de significação das histórias acontecendo simultaneamente às leituras, considerando que cada leitor constrói dentro de si uma relação de entedimento individual com o que lê e ouve. As novas histórias musicais podem estimular, então, diversas percepções sobre diferentes leitores, que depreenderão e derivarão de seu repertório e individualidade.

Na figura 03 abaixo, buscamos fazer a interpretação visual da música “Azul da Cor do Mar”. Percebemos a projeção do imaginário de uma lembrança como o novo roteiro visual para a música de Tim Maia , Azul da Cor do Mar. A música de Tim não possui uma história visual própria e, para a concepção desta página de Quadrinhos Rasos, os autores se valeram da melodia e letra já existente para gerar uma pequena narrativa gráfica. A velocidade de leitura dos quadros pode ser associada à melodia da música, e a familiaridade do público com a realidade estudantil permite com que a situação desenhada acompanhe, em paralelo, a música do cantor e compositor Tim.



Figura 03: Música Azul da Cor do Mar
Fonte: Site Oficial Quadrinhos Rasos

8 Sebastião Rodrigues Maia (1942-1998) era cantor, compositor, maestro, produtor, multi-instrumentista e empresário no Brasil. Usava o nome artístico Tim Maia. Nasceu na Tijuca, Rio de Janeiro/Brasil. Cantor de MPB – Música Popular Brasileira. Fonte: <<http://www.timmaia.com.br/>> Acesso: 26 Setembro 2013.

Retomando a figura 01, e às condições para o entendimento a partir do processo de Intermedialidade, de Cluver (2006), é possível identificar os requisitos deste tipo de construção de sentido semiótico, endossando-o finalmente, tanto em Achados e Perdidos quanto em Quadrinhos Rasos, vide anagrama 01 abaixo.

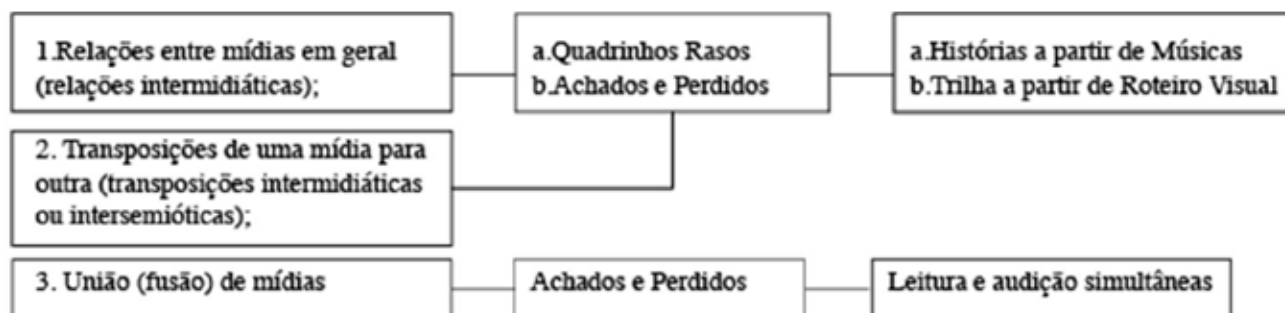


Figura 03: Anagrama 01⁹

Fonte: Cluver, p.24, 2006

“Da forma como aparece em diversas contribuições no livro de Helbig, o conceito de “intermedialidade” cobre pelo menos três formas possíveis de relação: 1. relações entre mídias em geral (relações intermidiáticas); 2. transposições de uma mídia para outra (transposições intermidiáticas ou intersemióticas); 3. união (fusão) de mídias.” (CLUVER, 2006, p.24)

Posto isto, as duas obras permitem associações intermídias, sendo este sistema de Intermedialidade o grande intercessor e canal de comunicação da música com as narrativas visuais, e vice e versa, permitindo o desenvolvimento e entendimento das histórias musicais, exploradas por Damasceno e Garrocho em Quadrinhos Rasos e Achados e Perdidos.

Uso da Tecnologia no processo de consolidação das obras

O uso da tecnologia se fez imprescindível para a consolidação das obras dos autores, sendo esse adendo pertinente à esta análise. Em primeiro caso, em Quadrinhos Rasos, o uso da internet como veículo e suporte principal para os autores, que valeram-se do sistema de blog para a publicação de seus trabalhos, foi fundamental para que existisse interação com o público e a exposição das páginas desenhadas. Ainda em primeiro caso, em maior nível de consistência, o uso de um perfil oficial do projeto no site Twitter¹⁰, paralelamente ao blog (site oficial), resultou não somente no efeito que é conhecido como marketing virtual em mídias sociais virtuais, porém, em suma importância, na consolidação da identidade do projeto, na identidade do trabalho em dupla dos ilustradores e do selo Quadrinhos Rasos.

Em segunda análise, dentro de ambos os contextos, resume-se no pensamento de Santaella sobre dispositivos tecnológicos e suas intervenções, aplicado ao uso da internet, não apenas a possibilidade de publicação da obra Achados e Perdidos por meio da plataforma virtual de arrecadação de fundos coletivos, Catarse¹¹, mas o fato processual da coletivização do trabalho realizado:

“Portanto, como dispositivos tecnológicos, habilidades individuais passam a ser coletivizadas, pois são justamente essas habilidades que as máquinas de produzir linguagem internalizam. Por isso, elas são máquinas semióticas. Sem deixar de

9 Esquema que associa as relações intersemióticas presentes nas obras, dando condição ao processo de construção de sentido intermidiático.

10 Perfil oficial do projeto Quadrinhos Rasos no site Twitter. Fonte: <<https://twitter.com/quadrinhosrasos>> Acesso: 07 Abril de 2013.

11 Site de arrecadação de fundos coletivos – *crowdfunding* - Catarse. Meio pelo qual foi publicado a primeira edição de Achados e Perdidos. Fonte: <<http://catarse.me/pt/238-achados-e-perdidos>>. Acesso: 07 Abril de 2013.

ser máquinas, elas dão corpo a um saber técnico introjetado nos seus próprios dispositivos materiais.” (SANTAELLA, 2007, p. 259)

Ainda dentro da vertente tecnológica, também coerente com as ideias de Santaella (2007), outro ponto é considerável: o uso de *softwares* livres de edição gráfica. O programa de edição, desenho e composição virtual, Gimp¹², cuja distribuição, uso e *download* são gratuitos, traduzido para diversos idiomas, foi utilizado para a produção tanto em Quadrinhos Rasos quanto em Achados e Perdidos, e permitiu com que os ilustradores transpusessem o roteiro manual para a plataforma virtual, assim permitindo sua divulgação e coletivização sem custos iniciais de produção.

Em última análise, cabe observar e acompanhar a constante associação das linguagens gráficas às auditivas, realizada pelo canal tecnológico, encadeando processos de significação intermediários bem como acontece nas obras estudadas, onde conectam-se letras, desenhos, vocalizações e melodias. Paz (2010) afirma:

“A ênfase ao visual se materializou pelo desenvolvimento sem fim de ferramentas de manipulação de imagens. Mas as linguagens sonoras não ficaram para trás e o MP3 está cada vez mais disseminado e sepultando os CDs como meios de armazenamento de informações musicais. Os recursos visuais se associam aos recursos sonoros em programas de criação de ambientes virtuais para produções musicais.” (PAZ, p.03, 2010)

Os significados e seus signos são, por sua vez, potencializados pela mixagem das técnicas auditivas e visuais, assim sendo, em termos de resultado, atingem de maneira sensível e ampla diferentes tipos de público, descrevem processos criativos inovadores e multifatoriais, e tem maiores possibilidades de disseminação em suportes físicos e virtuais, sendo esta uma tendência inevitável, já percebida por Martha Paz.

Considerações Finais

A narrativa gráfica – também conhecida por *graphic novel* ou romance gráfico – utilizada por Damasceno e Garrocho é explicada através dos textos e da estilística presente em seus trabalhos. Existe relação histórica das letras dessas músicas utilizadas pelos quadrinistas com sua origem, modos e estilos de vida do brasileiro, como trajes. A forma como a música passa a ser apropriada na HQ através de combinações culturais está na reprodução destas músicas com o uso da imagem. A música contribui para que seus trabalhos de Histórias em Quadrinhos (HQ) sejam processados no fator social com relação direta com o público, já que utilizam músicas de grandes sucessos brasileiros e com características ligadas a fatores culturais que fizeram parte da vida e da história desses ouvintes e fãs. Facilita para que os leitores consigam compreender e perceber as intenções dos desenhistas no fato de trabalharem músicas que comunicam com eles através de letras. Narrativas que traçam determinado tempo sócio histórico ao preocuparem em associar elementos literários (música) e artísticos (desenhos) que contribuem para que as HQs ganhem sentido e tradução. Percebemos que eles utilizam da liberdade artística e alcançam outras formas de expressar a música através dos quadrinhos, tendências são lançadas e utilizadas nesta forma de linguagem autônoma através da HQ. Existe diálogo entre quadrinista e leitor. As imagens consolidam esse sentimento da música, são associadas as letras musicais e facilitam a recepção de quem as ouviram, existe uma espécie de mediação do leitor entre acontecimentos e fatos relacionados aos cantores dessas músicas que sugerem lembranças. O entendimento do texto no trabalho de Damasceno e de Garrocho está no formato digital com um conjunto de informações agregado aos textos, que são as letras das músicas. Palavras e imagens nos remetem sons, já que a narrativa são as reproduções de músicas famosas, existe uma relação de links que ligam música e imagens nessas HQs.

12 Gimp – programa de manipulação de imagem, de distribuição gratuita, utilizada pelos autores. Fonte: < <http://www.gimp.org/>>. Acesso em 09 Abril de 2013.

Referências bibliográficas

EISNER, Will. *Quadrinhos e Arte Sequencial* (4a edição). Tradução Luis Carlos Borges e Alexandre Boide. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010.

CLUVER, Claus. INTER TEXTUS/INTER ARTES/INTER MEDIA. In: Revista Aletria, p.11-32, jul-dez, 2006. Disponível em: <<http://www.letras.ufmg.br/poslit>> Acesso em: 01 Maio de 2013.

PAZ, Martha Costa Guterres. SEMINÁRIO INTERNACIONAL LINGUAGEM, INTERAÇÃO E APRENDIZAGEM E VII SEMINÁRIO NACIONAL LINGUAGEM, DISCURSO E ENSINO, 2010, Porto Alegre. *Anais eletrônicos*. Porto Alegre: UniRitter, Curso de Letras/PPGLEtras, 2010. Disponível em <http://www.uniritter.edu.br/mestrado/letras/linguagem_interacao/index.php?secao=eventos>. Acesso em 03 de Junho de 2013.

SANTAELLA, Lúcia. *Linguagens Líquidas na era da mobilidade*. São Paulo: Paulus, 2007.

Design movente: analisando as interfaces entre os quadrinhos e o cinema na filmografia de Batman

Carina Ribeiro Cardoso¹

Rita Aparecida da Conceição Ribeiro²

Resumo

Este projeto é uma investigação a cerca das interfaces entre os quadrinhos e o cinema, juntamente com uma análise da produção gráfica nos dois tipos de suporte, apontando a relevância destas transições de interfaces e mídias. São abordados temas como a introdução da linguagem gráfica nos filmes; a relação entre os quadrinhos e o cinema, culminando em um dos personagens mais icônicos desse momento, o Batman, objeto do estudo de caso dessa análise. Para o aprofundamento da pesquisa, além da coleta de dados, utilizou-se de um amplo levantamento da literatura disponível sobre a linguagem dos quadrinhos e do cinema, com foco no herói Batman. Esta análise visa contribuir para o estudo e fomento das pesquisas em quadrinhos, cinema e design gráfico, a fim de fornecer uma maior compreensão de como os produtos surgidos nos mais diversos suportes visuais adquirem novos valores.

Palavras-chave

Batman; cinema; quadrinhos.

A partir do final dos anos 80 e começo dos anos 90 a ligação entre histórias em quadrinhos e cinema obteve uma grande evolução. O grande público torna-se mais integrado a esse mercado, uma vez que, nessa época, começaram a surgir grandes produções hollywoodianas baseadas em adaptações de conhecidos personagens de quadrinhos e suas histórias para o cinema.

Estas transições e adaptações de personagens, da linguagem gráfica dos quadrinhos para a linguagem cinematográfica, a evolução do perfil do herói e a apresentação gráfica dos filmes são quesitos relevantes (enquanto referência de linguagem) para a compreensão do universo comunicacional. Assim, entende-se a importância do aprofundamento deste estudo.

A introdução da linguagem gráfica nos filmes

Segundo Schneider (2010), com o início da sociedade industrializada, a necessidade de comunicação cresceu vertiginosamente. As condições tecnológicas necessárias foram criadas mediante diversas invenções e novas mídias, dentre elas o cinema. Inaugurou-se uma era do saber, da educação e do letramento, tornando possível a divulgação global de palavras e imagens.

¹ Graduanda de Design Gráfico na Universidade do Estado de Minas Gerais(UEMG).

² Professora do programa de Pós-Graduação em Design da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais. Líder do grupo de pesquisa do CNPq Design e Representações Sociais. Pesquisadora do Centro de Estudos em Design da Imagem. Graduada em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais; mestre em Comunicação Social e doutora em Geografia, pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Avaliadora *ad hoc* do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais - INEP.

Começava a era da comunicação de massas.

Com essa nova era, de acordo com Schneider (2010), o campo das artes e do design necessitou de um esclarecimento de suas relações com a produção industrial e a preocupação com o visual, e sua relação simbólica, tornou-se inerente à lógica da produção capitalista.

Hoje o estético está presente em toda parte, ele se tornou um fenômeno-chave da nossa cultura. A estética não se limita mais à esfera da arte, mas determina igualmente o mundo da experiência e a política, a comunicação e a mídia, o design e a propaganda, a ciência e a epistemologia (WELSH *apud* SCHNEIDER, 2010, p. 149)

Assim, a indústria cinematográfica começou um processo de reformulação estética e conceitual e, de acordo com Claude, Bachy e Taufour (1982), os cineastas começam a incluir personagens e elementos pictóricos para introduzir as imagens e representar mais expressivamente seus filmes. O cenário e os trajes tornam-se mais trabalhados e, assim, estética e design se inauguram como componentes essenciais para a produção cinematográfica.

De acordo com Aragão (2004), o cinema estreia um diálogo com outros campos, como o das artes visuais, especialmente os quadrinhos, e com outras linguagens como televisão, vídeo, holografia e as tecnologias informatizadas.

Todas essas transformações gráficas, processuais e tecnológicas do cinema possibilitaram seu desenvolvimento enquanto meio de comunicação, bem como linguagem, e suas relações interdisciplinares.

Os quadrinhos e o cinema

De acordo com Cirne (1972), a narrativa das histórias em quadrinhos e a linguagem cinematográfica se expressam semiologicamente através de imagens, sendo assim dois sistemas semelhantes e que se relacionam. “A história em quadrinhos tem o substrato comum de todas as formas de arte, a saber, é uma expressão de comunicação” (SA, 1974, p. 35).

Os quadrinhos e o cinema, ainda de acordo com Cirne (1972), apresentam muitos pontos estruturados pelo mesmo denominador comum. Ambos nasceram a partir de avanços tecnológicos e da problemática sociocultural, que culminou em uma sociedade de massas. O cinema e as HQs se constituíram em organismos culturais manipulados pelo aparelho ideológico do Estado.

Esse aparelho ideológico, paradigma da sociedade de massas, afirma Andrade e Silva (2007), é guiado por um sistema de fabricação de produtos culturais que vendem lazer, signos e mitos idealizados através dos meios de comunicação. O cinema e os quadrinhos, que exercem influência um sobre o outro, tornaram-se meios apropriados a esse propósito, uma vez que serviram muito bem como meios de divulgação para produtos culturais e ideais, de signos e mitos a serem consumidos pelo seu público.

Principalmente é necessário que a história em quadrinhos seja entendida como um produto típico da cultura de massas, ou especificamente da cultura jornalística. A necessidade de participação e envolvimento catártico motivada pela alienação do indivíduo, a metamorfose da informação em mercadoria, o avanço da ciência, a nova consciência da realidade, enfim, as coordenadas características do estabelecimento da sociedade de consumo criaram as condições para o aparecimento e sucesso do jornal, cinema e quadrinhos (COHEN; KLAWA *apud* MOYA, 1970, p. 108)

Assim, de acordo com Moya (1970), as histórias em quadrinhos, assim como a indústria cinematográfica, converteram-se em alimento de consumo de massa para os cidadãos de todo o mundo e transformaram-se em um veículo de comunicação amplamente conhecido e valorizado.

De acordo com Vergueiro (2011), a Era de Prata dos super-heróis termina em meados da década

de 1980, quando um movimento de ruptura com antigos conceitos relacionados a esses personagens, firmados de acordo com o código de censura (*comics code*), passa a dominar o gênero. Nesse momento, a indústria de quadrinhos viu a necessidade de propor um novo papel social para os super-heróis, um papel mais adequado aos tempos vividos. Sem dúvida, a situação mundial tinha influência na sociedade norte-americana como um todo, com reflexos claros na produção midiática. Assim, surgem novas publicações de cunho muito mais intelectual e social como Batman - o Cavaleiro das Trevas, de Frank Miller, e Watchmen, de Alan Moore e Brian Bolland.

Dessa maneira, os super-heróis vêm se tornando cada vez mais bem elaborados e coerentes com o tempo em que vivem, demonstrando assim, que são produtos históricos e sociais que influenciam e são influenciados pela sociedade.

A revolução do cavaleiro das trevas

Segundo Viana (2011), a partir de 1965, as mudanças provocadas pelas transformações sociais, como a contracultura, a ascensão de alguns movimentos sociais (direitos civis, negro, feminista e estudantil) acarretaram em uma ampla influência no plano cultural e, nos quadrinhos, elas atingem diretamente o mundo dos super-heróis.

Além disso, de acordo com Viana (2011), o público juvenil dos períodos anteriores torna-se adulto, e parte continua lendo quadrinhos de aventura, o que também corrobora a tendência de reformulação do mundo dos super-heróis. Isto é reforçado por uma maior politização da juventude nesse período. Os personagens devem tornar-se mais complexos, os temas mais sérios e assim por diante. No início dos anos 1960, o Batman com sua batfamília (Batwoman, Batgirl, Batmirin, dentre outros), que fornecia um ar conservador e familiar para resistir a críticas como as de Fredric Wertham³, significou a infantilização desse super-herói em grande escala, o que foi reforçado pela série da TV nos anos 1960.

Na DC Comics, assim como em outras editoras, os super-heróis começaram a ganhar mais complexidade a partir dessa mudança no cenário midiático. As histórias simples e ingênuas de Batman e Superman já não agradavam ao público. E, por isso, a DC teve de, através dos responsáveis por sua produção, complexificar os personagens. Batman torna-se mais profundo e sombrio, suas histórias ganham mais violência e dilemas existenciais. A partir de 1980, o personagem passa a ser um herói que reflete a realidade de crescente crueldade e desesperança, afirma Viana (2011).

Segundo Vergueiro (2011), as grandes mudanças do período em relação aos personagens de super-heróis refletem-se em nível mais elevado. As obras, como a de Batman, o Cavaleiro das Trevas (no original, *Batman: The Darknight Returns*) de 1986, desempenharam não apenas o papel de propor reformulações para personagens ou para o gênero em si, mas muito mais que isso, a busca de um novo status artístico para as produções quadrinísticas desse tipo de personagens.

Batman, o Cavaleiro das Trevas (1986), de acordo com Vergueiro (2011), lançado inicialmente como minissérie, era roteirizado e desenhado pelo artista Frank Miller⁴, com arte final de Klaus

3 Fredric Wertham (20 de março de 1895 a 18 de novembro de 1981), psiquiatra germano-americano foi protagonista de uma cruzada para protestar contra supostos efeitos nocivos dos meios de comunicação de massa, em particular os comics, no desenvolvimento das crianças. Seu livro mais conhecido foi *Seduction of the Innocent* (1954), o que levou a uma comissão de inquérito do Congresso dos EUA contra a indústria de quadrinhos e da criação do Comics Code. Disponível em:

<<http://es.inforapid.org/index.php?search=La%20seducci%C3%B3n%20de%20los%20inocentes>>. Acesso em: 25 mar. 2013.

4 A carreira de Miller começou em 1979, quando a Marvel Comics lhe deu oportunidade de trabalhar em Daredevil (o demolidor), criação original de Jack Cole, na década de 40. Miller (bom desenhista e também argumentista) deu não só um novo formato ilustrativo para a série, mas principalmente interesses humanos [...] Em 1987, aconteceu um novo triunfo e a complementação do seu estilo revolucionário, tanto em argumentos como desenhos. Miller apresentou Batman, o cavaleiro das trevas, uma história de 200 páginas, que muitos consideram responsável pelo ressurgimento e a projeção de Batman até o ano 2000. Depois, apenas como argumentista, Miller criou, para os desenhos de David Mazzuchelli, Batman ano 1 (publicação da abril) e para a arte impressionante de Bill Sienkiwicz, Elektra Assassina, outra minissérie com mais de 200 páginas. Fonte: GOIDA. Enciclopédia dos quadrinhos. Porto Alegre: Editora L&PM, 1990.

Janson. Representava basicamente um retorno às origens do personagem, mas o retratava como um homem mais velho, com cerca de 50 anos, vivendo uma crise de identidade, mostrando-se irascível, após abandonar há anos sua missão como Batman e sentir a necessidade de voltar à ativa.

Com traços fortes, ritmo alucinante e nível de violência bastante carregado, o *cavaleiro das trevas* de Miller está bem distante da imagem pasteurizada que dominou os quadrinhos do herói nas décadas de 1940 e 1950. É uma versão adulta, crítica, de um homem determinado a fazer valer sua noção de justiça, mesmo quando ela entra em choque com aquilo que as autoridades estabelecidas entendem como correto ou legal (VERGUEIRO, 2011, p. 159)

A obra de Miller representou, por outro lado, muito mais que uma versão ousada de um personagem conhecido dos leitores, mas sim um apanhado de sua trajetória, afirma Vergueiro (2011). Foi uma produção inovadora que reestruturou o personagem Batman como um todo.

Batman – um herói que se torna anti-herói

De acordo com Viana (2011), os super-heróis são produtos históricos e sociais como qualquer outra produção cultural. A partir das novas concepções da sociedade contemporânea, os personagens não mais poderiam ser abordados de maneira superficial, mas se expressar com complexidade e irreverência, carregando os conceitos dos tempos modernos.

O universo dos super-heróis é expressão da pluralidade complexa da vida humana: sociedade, valores, religião, cultura, comportamento, crenças, aspirações; tudo é encontrável nas histórias dos super-heróis em dimensões distintas e variáveis pela finalidade da narrativa (REBLIN, 2011, p. 07).

A partir das décadas de 1970 e 1980, segundo Viana (2011) a ascensão das lutas sociais promoveu o fim do código de censura dos *comics* e inaugurou uma era de produções mais complexas e adultas, como Batman, o Cavaleiro das Trevas (1986), dentre outras. Temas tabus como sexo, drogas e inversões de valores puderam ser levantados e discutidos nos quadrinhos.

Ainda de acordo com Viana (2011), neste momento de redução da censura e crescimento intelectual da sociedade, inicia-se a era das incertezas, a era do capitalismo neoliberal, marcado pela ascensão da ideologia pós-estruturalista e pós-vanguardista, pela violência, pelo relativismo, pela falta de utopia. Neste contexto, as histórias em quadrinhos, como as de Batman, passam a dispor novas faces para seus personagens. Os processos de racionalização e reflexão dos heróis tomam grande importância em suas histórias. O herói passa a ter conflitos internos e questionamentos morais e ideológicos.

Segundo Tardeli (2011), as revoluções ideológicas e políticas trouxeram novas releituras do conceito de herói, dando origem a um novo arquétipo: o anti-herói.

É o arquétipo do anti-herói, representado por Batman, Justiceiro, Wolverine, Hulk, o Coisa, para citar alguns exemplos. [...] são aqueles super-heróis que agem por causa de uma necessidade de vingança [...] impotentes, e por isso, detentores de uma necessidade de proteção, como um traje especial ou uma armadura (Batman, Homem de Ferro). [...] é essencialmente um subproduto da insegurança e do orgulho ferido. Ele provê uma liberação emocional satisfatória da raiva engasgada, frustração e sentimentos de impotência que a perseguição e o bullying engendram (REBLIN, 2011, p. 68).

Nesse contexto de pós modernidade, e novos entendimentos morais, as fórmulas clássicas de narração, destinadas a construir e consolidar a figura do herói entram em crise e encarnam um texto renovado, priorizando roteiros não lineares e mais complexos. As histórias passam a ter uma ruptura

de temporalidade, múltiplos pontos de vista e desfechos abertos a diversas interpretações.

Essa crise da construção identitária e narrativa, de acordo com Tardeli (2011), faz com que a super-heroicidade seja posta em cheque. Por esse motivo, as produções cinematográficas e quadrinísticas de super-heróis, hoje, são construídas e interpretadas de maneira distinta das histórias de 40 ou 50 anos atrás.

A destruição do convencional vem se tornando hoje uma epidemia. O cinema não poderia fugir a essa febre. Perdeu muito com isso e também ganhou. Amadureceu. Aprofundou a análise do homem graças a Freud e dos processos sociais graças ao progresso de diferentes ciências e técnicas. Diferentes influências vêm, por outro lado, condicionando a criatividade (conteúdo e forma). Muitos conceitos tinham de ser revistos: amor, sexo, heroísmo, direito, justiça (SA, 1974, p. 93).

Dessa maneira, homologa-se a concepção de que o personagem Batman, principalmente em *Batman - O Cavaleiro das Trevas* (1986) e suas adaptações cinematográficas mais recentes refletem o *ethos* da sociedade contemporânea, visto que a representou de forma inovadora, crítica e repleta de reflexões ideológicas. Além de apresentar também uma nova interpretação do herói, ou anti-herói, agregando os novos valores morais e psicológicos da sociedade.

A trilogia Cavaleiro das Trevas

Segundo Camila Figueiredo (2011), *Batman: O Cavaleiro das Trevas*, de Frank Miller, estabeleceu um novo gênero de romances gráficos, que desconstruiu o papel do super-herói como concebido a partir dos anos trinta e até os anos setenta. A obra abandonou os tradicionais papéis de heróis e vilões, e focou em questões psicológicas dos personagens.

Para Cícero Nogueira (2012), a consagrada produção de *Batman: O Cavaleiro das trevas* (1986), uma das mais comentadas *graphic novels* de todos os tempos, foi uma reavaliação sobre a própria natureza dos quadrinhos e seus personagens, uma resposta a 50 anos de estrutura estabelecida. Foi um sucesso por confrontar a indústria e uma hierarquia ideológica e foi objeto de adaptações de seu roteiro para o cinema, por ter em seu interior elementos necessários para caracterizar não somente filmes baseados em quadrinhos, mas um gênero.

Dessa maneira, de acordo com Patati (2006), a adaptação de Frank Miller para *Batman* influenciou amplamente as novas versões do Homem-Morcego para audiovisual. Em 2005, *Batman Begins*, do diretor Christopher Nolan, conseguiu finalmente acertar o gosto dos fãs, uma vez que atendia aos conceitos do herói, definidos nos quadrinhos, e apresentava uma versão mais realista deste, com uma montagem cinematográfica bem produzida.

Desde o começo, meu interesse foi utilizar a história do super-herói, mas lidar com ela de forma realista. David Goyer e eu nos inspiramos na história da mitologia de *Batman*. Achei que tudo o que faríamos para transformar a história em filme deveria ser extremamente respeitoso à história do personagem e à mitologia dele (NOLAN, 2005⁵)

Para Alexandre Callari, Bruno Zago e Daniel Lopes (2012), a adaptação de Nolan traz um roteiro totalmente contemporâneo e uma grande qualidade técnica na execução do filme. Dentre diversas transposições e interpretações do personagem *Batman*, um aspecto positivo de *Batman Begins* (2005) foi a abordagem de uma nova face do herói, que até então havia sido pouco explorada mesmo nos quadrinhos, o período que Bruce Wayne passou antes se tornar o Homem-Morcego. Além disso, os produtores do filme souberam usufruir dos recursos de áudio para aprofundar ainda

5 Declarações retiradas dos documentários "The Journey Begins: Creative Concepts" e "Genesis of the Bat", DVD, Warner Home Video, 2005.

mais o personagem. Com a trilha sonora de Hans Zimmer, o filme conseguiu transmitir claramente o quão complexo é o herói, e sua trama, e a dualidade existente entre Batman e Bruce Wayne.

Em 2008, a sequência *Batman - O cavaleiro das Trevas*, segundo Raquel Rodrigues (2009), explorou ainda mais as facetas de Batman, mas também averiguou aspectos de seus coadjuvantes. Enquanto em *Batman Begins* (2005) o tom é de introspecção e exploração do lado cambiável da personalidade do personagem Batman, nessa nova produção a trama é mais profunda e destaca a motivação psicológica do vilão Coringa, agora um personagem psicótico, sem limite de suas ações. Essa mudança e complexidade psicológica dos personagens, além da desenvoltura de diferentes pontos no filme e o foco em outros personagens, é uma aplicação da potencialidade das narrativas sequenciais e transmidiáticas. O longa também aborda a distorção dos princípios morais, o questionamento dos limites das ações e, até mesmo, dos heróis. Apesar de opostos, o Coringa complementa o Batman no que diz respeito à denúncia da corrupção, mesmo que por meios diferentes.

Batman - O cavaleiro das Trevas (2008), conta com uma grande equipe de profissionais capazes de fornecer ao filme figurinos e maquiagens exemplares e efeitos especiais, como explosões, cenas de voo do Batman e lutas, bem construídos e transportados dos quadrinhos do herói para o cinema, afirma Callari *et al.* (2012). “Um Batman de nossos dias comparado ao herói desenhado na década de 1940 é quase irreconhecível. A era da informática torna essa sofisticação cada dia maior, aliando os recursos de softwares especializados” (PATATI; BRAGA, 2006, p.9)

Segundo Charles Rover (produtor), Kevin de La Noy (produtor executivo) e Kenin Kavanaugh (designer de produção)⁶, lançado em 2012, o último filme da trilogia de Nolan, *Batman: O Cavaleiro das Trevas Ressurge*, foi uma criação maior que as anteriores. O filme carregava grande expectativa, uma vez que apresentaria um fim para a trajetória do personagem e precisaria terminar de maneira satisfatória, honrando as produções anteriores e o legado de Batman. Para isso, os diversos profissionais envolvidos no projeto se superaram em quesito de escopo e efeitos visuais utilizados no filme. Os sets, o roteiro e a trajetória de cada personagem se encaixam com a evolução dos filmes anteriores, trazendo maior coerência e realidade ao herói e sua narrativa.

De acordo com Raquel Rodrigues (2009), a combinação da tecnologia cinematográfica e da narrativa quadrinizada resulta em um novo conceito de produção e na complexidade crescente na forma de configurar o tempo e o espaço, abrindo caminhos para a apresentação das histórias e suas adaptações para o cinema de maneiras inovadoras. Além disso, a polidimensionalidade da narrativa e a plataforma audiovisual possibilitam maior espaço para desenvolvimento de roteiros, em uma exposição não linear, e incorpora outros elementos sensoriais ao espectador.

Assim, a trilogia *Cavaleiro das Trevas* de Nolan constitui um exemplo prático de que cinema, quadrinhos, e adaptações do gênero, são meios de comunicação de massa e estão sujeitos a exploração de diversos campos sensoriais, técnicos, intelectuais e midiáticos. As adaptações cinematográficas se transformam em plataformas de expressão do imaginário dos fãs de super-heróis, como o Batman, e devem balancear todos os aspectos sócio-históricos das narrativas quadrinizadas e as simbologias já construídas por elas, juntamente com os aspectos tecnológicos dos meios audiovisuais.

Considerações finais

Os quadrinhos, o cinema e os super-heróis são produtos culturais, históricos e sociais. Eles fazem parte do imaginário comum. Estão presentes em nosso cotidiano, nos produtos que consumimos. São uma expressão do universo simbólico em que vivemos e transmitem os princípios de nossa sociedade.

⁶ Declaração retirada do documentário: *Behind the scenes: Reflections* (15 min.), *The End of a Legend*, DVD, Warner Home Vídeo, 2012.

A relevância da análise desses suportes, em suas mais diversas adaptações, reside no poder de representação e perpetuação dos mitos e que eles possuem. “Quadrinhos e cinema, e neles a narrativa dos super-heróis, são janelas da realidade e carregam as ambiguidades e as vicissitudes, as intencionalidades e as perspicácias da vida humana” (REBLIN, 2011, p. 57).

Após análise, torna-se possível captar a importância do herói Batman na representação de diversos momentos sócio-históricos. Sua trajetória influenciou, e foi influenciada, pelas diversas transições sociais que marcam nossa sociedade. As interfaces que perpassam as adaptações do personagem terão continuamente a presença de elementos notáveis de suas produções predecessores. A forma de representação gráfica e audiovisual do personagem foi pioneira em relação ao potencial de síntese conceitual e simbologia do herói. E assim, o próprio personagem Batman se firmou como parte do imaginário popular dos séculos XX e início deste.

Dessa maneira, depreende-se que as histórias em quadrinhos e adaptações cinematográficas dos seus diversos personagens são produtos comunicacionais de relevância, que geram uma série de outros produtos midiáticos e, por essa razão, se fazem instrumento de estudo para a compreensão dos valores socioculturais que suas aplicações, em diversas mídias e formatos proporcionam. Porém, ainda existem lacunas a respeito das transposições da mídia quadrinizada para suportes cinematográficos. Análises mais amplas e aprofundadas são necessárias para maior compreensão das interfaces gráficas e audiovisuais, baseadas, ou não, em super-heróis ou especificamente no personagem Batman.

Referências

- ARAÚJO, Diego Andrade de; OLIVEIRA, Igor Silva. *Estudo das adaptações de histórias em quadrinhos para o cinema demonstrado através do personagem Batman*. 2007. Monografia (Graduação em Comunicação Social) - Universidade Federal do Pará, Área de Letras e Artes/ Comunicação Social, Curso de Comunicação Social – jornalismo, Belém. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/66842592/Herois-Adaptacoes-de-quadrinhos-para-o-cinema>>. Acesso: 02 maio 2013.
- CALLARI, Alexandre; ZAGO, Bruno; LOPES, Daniel. *Quadrinhos no cinema 2: o guia completo dos super-heróis*. São Paulo: Évora, 2012.
- CIRNE, Moacy da Costa. *Para ler quadrinhos: da narrativa cinematográfica à narrativa quadrinizada*. Petrópolis: Vozes, 1972.
- CLAUDE, Roberte; BACHY, Vitor; TAUFOUR, Bernard. *Panorâmica sobre a sétima arte*. v. 1. São Paulo: Edições Loyola, 1982.
- FIGUEIREDO, Camila Augusta Pires de. A história nos quadrinhos e na tela: a transposição da narrativa em watchmen. *Rev. Let. & Let*, Uberlândia, M.G., v. 27, n. 2, p. 277-288, 2009.
- GOIDA, André Kleinert. *Enciclopédia dos quadrinhos*. Porto Alegre: Editora L&PM, 1990.
- MOYA, de Álvaro. *Shazam!* São Paulo: Editora Perspectiva, 1970.
- NOGUEIRA, Cícero de Brito. Transposição do HQ para o cinema, *Revista FSA*, Teresina, v. 9, n. 2, pp. 81-97, ago./dez. 2012. Disponível em: <<http://www2.fsanet.com.br/revista>>. Acesso em: 02 maio 2013.
- PATATI, Carlos; BRAGA, Flávio. *Almanaque dos quadrinhos*. Rio de Janeiro: Editora Ediouro Publicações, 2006.
- REBLIN, Iuri. Os super-heróis e a jornada humana: uma incursão pela cultura e pela religião. In: REBLIN, Iuri e VIANA, Nildo (Orgs.). *Super-heróis, cultura e sociedade*. Aproximações multidisciplinares sobre o mundo dos quadrinhos. São Paulo: Ideias e Letras, 2011.
- Revista Design em foco / Universidade do Estado da Bahia. Centro de Estudos das Populações Afro- Índio-Americanas. Departamento de Ciências Exatas e da Terra I. v. I . n.I (jul. / dez. 2004). - Salvador: UNEB. 2004. - Isabella Aragão.
- RODRIGUES, Raquel Timponi Pereira. The Dark Knight e o conteúdo convergente nas redes sociais: uma análise transmidiática. In: SIMPÓSIO NACIONAL ABCIBER, 3., nov. 2009, *Anais...* Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), Vila Mariana, SP. Disponível em: <http://www.abciber.com.br/simposio2009/trabalhos/anais/pdf/artigos/1_redes/eixo1_art47.pdf> Acesso em: 02 mai. 2013.

SÁ, Irene Tavares de. *Cinema em debate*: 100 filmes em cartaz, para cineclubes colegiais, professores e alunos. Rio de Janeiro: Agir, 1974.

TARDELI, Denise. Super-heróis na construção da personalidade. In: REBLIN, Iuri; VIANA, Nildo (Orgs.). *Super-heróis, cultura e sociedade*. Aproximações Multidisciplinares sobre o Mundo dos Quadrinhos. São Paulo: Ideias e Letras, 2011.

SCHNEIDER, Beat. *Design- uma introdução*: o design no contexto social, cultural e econômico. São Paulo: Editora Blücher, 2010.

VERGUEIRO, Waldormiro. Super-heróis e cultura americana. In: REBLIN, Iuri; VIANA, Nildo (Orgs.). *Super-heróis, cultura e sociedade*. Aproximações multidisciplinares sobre o mundo dos quadrinhos. São Paulo: Ideias e Letras, 2011.

VIANA, Nildo. Breve história dos super-heróis. In: REBLIN, Iuri; VIANA, Nildo (Orgs.). *Super-heróis, cultura e sociedade*. Aproximações Multidisciplinares sobre o Mundo dos Quadrinhos. São Paulo: Ideias e Letras, 2011.

A cerveja, a figura feminina e a tradição: um conjunto usual analisado pelo prisma do retrô na identidade da marca de cerveja Devassa

Maiana Abi-Samara¹
Thereza Nardelli²

Resumo

As marcas de cerveja comercializadas no Brasil frequentemente associam o produto à figura feminina e a uma noção de tradição. Na identidade visual da marca de cerveja Devassa, tais elementos são mobilizados principalmente através da *pin-up*, que ilustra seu logotipo, lançando mão da sensualidade em tom retrô de forma peculiar aos concorrentes. O artigo analisa a identidade da Devassa a partir de imagens utilizadas em seu site e logotipo, realizando uma investigação dos discursos que permeiam sua estratégia, aliada ao estudo semiótico de seus aspectos formais. Para tal, utilizamos das contribuições teóricas da análise de discurso de tradição francesa e de aspectos pragmáticos da semiótica social, contribuindo para os estudos de discursos de tradição e feminilidade no contexto de consumo contemporâneo.

Palavras-chave

Retrô; *pin-up*; identidade; cerveja; feminilidade.

A cerveja é um produto bastante disseminado em nossa cultura. Segundo o Sindicato Nacional da Indústria da Cerveja, em 2007 nosso país já ocupava o 4º lugar no ranking mundial de produção da bebida: “o Brasil só perde, em volume, para a China (35 bilhões de litros/ano), Estados Unidos (23,6 bilhões de litros/ano) e Alemanha (10,7 bilhões de litros/ano)” (SINDICERV, 2010). Sendo tão significativa a presença da cerveja, sua publicidade e comunicação também ocupam lugar de grande visibilidade e envolvem certas polêmicas, das quais nos interessa aqui o uso da figura da mulher nas propagandas.

Uma pesquisa feita pelo instituto Sophia Mind (2010), sobre consumo feminino de cerveja, mostrou que 47% das mulheres consomem algum tipo de bebida alcoólica e a cerveja ocupa primeiro lugar como opção: 88% dessas mulheres tomam a bebida. No entanto, a publicidade das marcas de cerveja parece estar voltada exclusivamente para o público masculino, sendo notável o freqüente uso de imagens que exploram a sexualidade do corpo feminino nas propagandas. Nessa mesma pesquisa, 70% das entrevistadas afirmaram que consideram as propagandas de cerveja machistas. A esse

1 Bacharel em Design Gráfico pela Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG).

2 Bacharel em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

respeito, a cerveja Devassa oferece um quadro de análise peculiar: além de seu nome extravagante, o uso da figura sensualizada da mulher é assumido no próprio logotipo. Porém, a imagem feminina toma a forma de uma pin-up, trazendo a presença do retrô e formando a associação entre cerveja e representações visuais da mulher com tais elementos peculiares e passíveis de avaliação.

O artigo se propõe a avaliar esse conjunto formado pelas representações de cerveja, mulher e tradição apresentando na marca Devassa. Para tal, será feita uma retrospectiva da história das pin-ups, além da análise da apresentação da marca e sua iconografia através do site.

Uma genealogia da *pin-up*

O termo *pin-up* (do inglês: prender, pendurar na parede) é usado para designar um gênero de fotografia ou ilustração que apresenta uma figura atraente e com certo apelo sexual, ou para designar a própria pessoa retratada. Esse tipo de imagem, como será visto, tem seus primórdios no século XIX, porém o termo é cunhado durante a II Guerra Mundial, de acordo com Maria Elena Buszek, no livro *Pin-up girls* (2006).

O gênero recebeu esse nome durante esse período [II Guerra Mundial], com os soldados norte americanos no exterior que começaram a pendurar imagens de mulheres de revistas e jornais e fotografias em suas barracas, baús, cabines de avião e até em suas trincheiras (BUSZEK, 2006, p.185, tradução nossa).³

Será feita uma breve avaliação da história das *pin-ups*, a fim de compreendermos melhor o que o termo abarca, suas mudanças ao longo do tempo e as cargas de significado atribuída a essas imagens, para que possa ser construída uma discussão acerca do conteúdo da marca da cerveja Devassa. A *pin-up* é uma manifestação imagética tida como tipicamente norte-americana, apesar de sua ocorrência ser mundial: no Brasil, inclusive, podemos citar as ilustrações de Alceu Penna, muito divulgadas na revista *O Cruzeiro* nos anos 1950. O levantamento histórico em geral irá se referir, portanto, ao contexto estadunidense, baseada na obra de Maria Elena Buszek, que condensa e coordena a discussão sobre a *pin-up* sob uma ótica contemporânea.

As estrelas de cinema e a nova mulher do novo século

A história das *pin-ups* remonta a meados do século XIX, com o surgimento da tecnologia de negativo-positivo para produção de fotografias e, a partir daí, em consonância com as diretrizes da Revolução Industrial e a produção em massa das imagens. A produção em série de fotografias se deu na forma de *carte-de-visite* – um cartão rígido ao qual era colada a foto – e tornou-se um hábito massivo a coleção e troca desses cartões. Grande parte dessas imagens retratava pessoas comuns (na verdade, em sua maioria, da nova elite burguesa), a título de registro familiar e de círculo social. Mas circulavam também *cartes-de-visite* da nobreza e de figuras públicas, como as atrizes de destaque no teatro, sendo utilizadas também como forma de propaganda.

Com o crescimento dos espetáculos burlescos, a sexualização assumida de figuras femininas ficou ainda mais evidente e cara ao grande público. Assim, a título de divulgação e propaganda, começou-se a mostrar amplamente uma nova imagem da mulher, como um agente de maior potencial na esfera pública enquanto identidade transgressivas (BUSZEK, 2006, p. 43).

3 The genre itself was given its name during this time, as U.S. soldiers overseas began pinning images of women from magazines and snapshots onto their barrack walls, footlockers, plane cockpits, and even foxholes.

A visibilidade dessa incipiente figura feminina, mais consciente de sua sexualidade e passível de independência e posicionamento público, saiu das manifestações artísticas e tomou forma mais consistente com o movimento sufragista. Assim, no final do século XIX e início do XX, muitas das revistas e publicações populares apontaram para essa nova mulher que surgia.

O passo seguinte na cronologia das *pin-ups* veio em função do cinema. No começo do século XX, o interesse dos espectadores era mobilizado principalmente em função dos roteiros e histórias contadas nos filmes, e comumente os nomes dos atores não eram nem citados. Porém, a partir da década de 1910 ocorre uma mudança no foco de interesse, que se desloca para os atores e atrizes. Isso ocorre em parte pelo avanço de recursos técnicos e mudanças no estilo de filmagem, favorecendo tomadas mais intimistas e possibilitando a identificação mais clara de rostos. Surge então a figura da estrela de cinema, e junto com ela grande requisição por parte do público de imagens colecionáveis dessas estrelas.

Os editores da época logo notaram a grande demanda por imagens dos artistas de cinema, e se alinharam a uma estratégia de divulgação do apelo individual dos artistas, veiculando fotografias e dando continuidade à presença das *pin-ups* em revistas e publicações populares, iniciada por Gibson e a Gibson Girl. Sua presença na mídia de massa e o uso de seu apelo para venda e divulgação se consolidam a partir desse momento como característicos, pelo menos até a década de 1960, como veremos mais adiante. Outro traço que se consolida, apontado por Buszek, é a sexualidade e sensualidade notáveis nessas imagens, que, apesar das mudanças em termos de conteúdo e implicações de época para época, estão sempre presentes⁴.

O papel da mulher e a mulher de papel na II Guerra Mundial

O universo do cinema e produção de ícones em Hollywood se desenvolvia fartamente, porém na metade da década de 1930 entra em vigor nos Estados Unidos um código de censura e controle de conteúdo dos filmes, conhecido como Hays Code, que influenciaram as condutas seguintes na história da *pin-up*. O código, baseado em princípios religiosos a fim de manter o decoro e os bons costumes, tolhia não só o conteúdo dos filmes, mas toda a produção da indústria cinematográfica, incluindo as divulgações feitas em forma de *pin-ups*. O controle rígido forçou representações mais “comportadas” dos personagens e dos próprios atores em seus registros imagéticos. Entretanto o público, que já havia visto o crescimento considerável da aceitação da sexualidade desde o final do século XIX, continuou a mostrar interesse nessa seara.

Mas os fãs permaneceram fascinados pela audácia sexual das estrelas das telas, e, enquanto os estúdios e até as próprias estrelas tinham que prestar atenção cuidadosa às especificidades da representação sexual pós-Código [Hays Code], o apelo sexual de antes do Código era tão fantástico que, não surpreendentemente – da mesma forma como logo após seu nascimento a Nova Mulher iria se transformar na fantasia da Gibson Girls – essas personalidades tão transgressivas seriam hibridizadas em tipos fantasiosos de ilustrações de fanzines. (BUSZEK, 2006, p. 201, tradução nossa)⁵

Como Buszek aponta, retoma-se então com grande força a *pin-up* ilustrada, por seu anonimato e

4 Vale lembrar que o termo *pin-up* remete à figura feminina, porém essa não é uma restrição formal. No frisson causado pelas estrelas de cinema, meados da década de 1920, podemos destacar um exemplo relevante e profícuo: as imagens de divulgação do ator Rodolfo Valentino, feitas nos mesmos moldes das *pin-ups* de várias atrizes. É razoável, então, considerar a presença masculina no universo imagético construído pela cultura de *pin-up*, apesar de não ser o foco aqui proposto.

5 But fans remained fascinated by the sexual audacity of their screen stars, and while the studios and even the stars themselves had to pay careful attention to the specifics of sexual representation post-Code, the appeal of pre-Code sexuality was so fantastic that it should come as no surprise that – in much the same way that shortly after her birth the New Woman would in turn beget the fantasy Gibson girl – such transgressive personae would be hybridized into fantasy types in fanzine illustration.

“irrealidade”, desvinculada de figuras conhecidas.

Nesse momento, o período da II Guerra Mundial, nos aproximamos mais do que o termo *pin-up* evoca ao ser utilizado hoje. E chegamos também à cunhagem do termo em si. Revistas como a *Esquire* (ilustrada por Alberto Vargas, um dos maiores nomes no gênero, conhecido por suas *Varga Girls*) circulavam amplamente não só nos Estados Unidos, mas entres as tropas na Guerra, trazendo em suas páginas ilustrações das garotas que eram pregadas (“*pin up*”) em paredes de barracas, alojamentos e abrigos.

Ao mesmo tempo que colecionadas pelos soldados, as *pin-ups* nesse período tiveram um papel importante como incentivo e referencial para população civil, na qual grande parte da força de trabalho industrial passou às mãos de mulheres, a título de cooperar e dar suporte ativo ao sistema militar, como confirma Buszek:

Como tal, na II Guerra Mundial o gênero da *pin-up* proporcionaria um modelo através do qual as mulheres contemporâneas na terra natal (*home front*) poderiam edificar a si mesmas: ao mesmo tempo convencionalmente femininas e subversivamente conscientes do poder de sua própria sexualidade (BUSZEK, 2006, p. 224, tradução nossa).⁶

E completa, a respeito desse referencial para as mulheres:

[...] ao que parece, muitas mulheres durante a II Guerra Mundial viam a fisionomia familiar da *Varga Girl* não como uma fantasia inatingível da imaginação masculina heterossexual, mas como algo a que podia se associar e aspirar. (BUSZEK, 2006, pág. 224, tradução nossa).⁷

As *Varga Girls* trazem ainda características interessantes que dão corpo à condição composta e ambivalente que a representação da mulher carregava. Por um lado suas imagens atraentes e “fotográficas” dão credibilidade a essa mulher como referencial. Seu anonimato também permitiu que as mulheres comuns realmente se apropriassem da figura da *pin-up*, como mostram muitos dos retratos feitos na época, *pin-ups* caseiras em poses e ânimo à moda das ilustrações. Por outro lado as *Varga Girls* apresentam traços completamente fantasiosos e apelativos ao desejo, como suas pernas desproporcionalmente longas e torneadas, a cintura extremamente fina, os seios fartos milagrosamente distribuídos para além do tronco e a pele imaculada e aerografada.

Essa composição ao mesmo tempo real, palpável e fantasiosamente idealizada da *pin-up* manifestada como *Varga Girl* na década de 1940, mostra a complexidade da representação feminina que consegue realizar um apelo aos homens, como objeto de desejo, e às mulheres, como referencial de poder e atitude.

A comunicação feita pela *pin-up*, no entanto, toma uma nova conformação com o fim da Guerra, a fim de reposicionar as mulheres na sociedade.

O Pós-Guerra e a *pin-up* como ferramenta de manobra social

O cenário até aqui apresentado muda drasticamente com o fim da Guerra. Criou-se a expectativa de que as mulheres abrissem mão de seus empregos, deixando espaço para que os homens de volta do combate tivessem trabalho e a ordem social prévia, ou uma visão nostálgica dela, fosse resgatada. Esse plano traduziu-se, naturalmente, na produção imagética dos anos 50 e, estando diretamente ligado ao lugar ocupado pela mulher na sociedade, a figura da *pin-up* novamente foi

⁶ As such, by World War II the *pin-up* genre would provide a model through which contemporary women on the home front could construct themselves: at once both conventionally feminine and subversively aware of their own power of sexual agency. (BUSZEK, 2006, p. 224.).

⁷ [...] it seems that many women during World War II saw the familiar visage of the *Varga Girl* not as an unattainable fantasy of heterosexual male imagination, but as something they could both associate with and aspire toward. (BUSZEK, 2006, p. 224.)

usada para espelhar tais encaminhamentos:

Similarmente, imagens de mulheres na cultura popular refletiram o interesse Americano pós-Guerra em idealizar uma construção da mulher contemporânea menos agressiva e totalmente nostálgica, ajustada a demandas culturais de retorno para papéis de gênero mais tradicionais. (BUSZEK, 2006, pág. 235, tradução nossa).⁸

Na década de 1950 surge então outra encarnação da *pin-up*, no estilo que, talvez, mais ocorra à memória, em geral, ao se utilizar o termo. A série de ilustrações “Ladies in distress”, de Art Frahm, é um exemplo caricato mas que apresenta o quadro geral da *pin-up* da época. Na série, garotas geralmente com os braços ocupados (por sacolas de compras, cachorros na coleira ou caixas de chapéu) são surpreendidas em público por suas calcinhas que, de alguma forma misteriosa, caíram até o chão. Não sendo o bastante, sempre há vento para levantar suas saias e frequentemente é retratado na cena algum homem que as observa com um sorriso maroto. As mulheres, presas pelos tornozelos à calcinha inconvenientemente caída, olham para o espectador com caras e bocas que comunicam uma mistura de surpresa, embaraço e susto pueril, vítimas dessa ocorrência que beira o surrealismo. Obviamente essa é uma série muito específica e havia *pin-ups* sendo apresentadas de outras formas na época. Porém, esse exemplo deixa bem explícita a tendência que estava sendo adotada na década de 1950 para representação da mulher. O modelo ideal feminino deveria se enquadrar em um dos lados de uma dualidade quase vitoriana: a mulher desejável por sua sexualidade ingênua, ainda que evidente (encarnada, em instância superior, por Marilyn Monroe) ou por sua “assexualidade e potencial doméstico”.

Ainda nos anos 1950, vale destacar a figura de Bettie Page, que fez muito sucesso com uma carreira construída quase exclusivamente como modelo *pin-up* e tornou-se um dos maiores (se não o maior, pelo menos mais popular) nomes referenciais ao se falar desse gênero de fotografia. É interessante mencioná-la, pois, apesar da tendência citada anteriormente, Page mostrou um paradigma feminino menos dualizado, e Buszek avalia como isso foi possível:

Suas poses desavergonhadas e sua abordagem notadamente bem disposta da performance como *pin-up* serviram para expor a construção do estilo, revelando tanto sua artificialidade e natureza performática quanto seu potencial como meio expressivo de representação da mulher. (BUSZEK, 2006, pág.247, tradução nossa).⁹

Com sua popularidade e a natureza explicitamente performática de suas aparições, ela conseguiu administrar sua imagem oscilante, por vezes vampiresca e por vezes virginal. Assim sua figura, de certa forma, manteve o caráter complexo, plural e consciente de sua própria sexualidade que as *pin-ups* do período da Guerra traziam (e que o período pós-Guerra combateu a título de restaurar a antiga ordem e hierarquia social) e perdurou na história como grande representante da cultura das garotas *pin-up*.

A complexificação da *pin-up* na década de 1960

O próximo passo na história das *pin-ups* está intimamente relacionado ao avanço das revistas masculinas e da pornografia. No período da Guerra as *pin-ups* eram veiculadas em mídias gerais e familiares, sua presença era marcante em revistas como *Esquire* e *Life* que circulavam amplamente entre públicos não muito restritos. No Pós-Guerra, começaram manifestações que censuravam a onipresença da *pin-up* e sua “pouca-vergonha”. Na década de 1950 surge então a revista *Playboy*,

⁸ Similarly, images of women in popular culture reflected the postwar American interest in idealizing a less aggressive, thoroughly nostalgic construction of the contemporary woman, fit to cultural demands for a return to more conventional gender roles.

⁹ Her brazen, over the top poses and pointedly lighthearted approach to performing as a *pin-up* served to expose the very construction of the genre, revealing both its artificiality and performative nature, as well as its potential as an expressive medium for the woman so represented.

ícone máximo da publicação masculina, com a proposta assumidamente clara de explorar o desejo em torno da figura feminina. Podemos localizar, com a consolidação desse espaço voyeurístico masculino, a problematização da *pin-up* e de sua definição, na fronteira com a pornografia. Buszek acrescenta a esse conflito sua latente associação a vendas e ao comércio, mostrada em sua absorção pela *pop art*:

Quer fosse vista como uma imoral *vagina dentata* ou como lembrança inocente de uma feminidade passada, como veremos em obras da *pop art*, em meados da década de 1960 a *pin-up* tinha uma associação comum nas mentes do público cada vez mais consciente da mídia e experiente: sua relação com o comércio. (BUSZEK, 2006, pág.260, tradução nossa).¹⁰

Essa associação da *pin-up* ao comercial é representada, por exemplo, na obra de Mel Ramos, que coloca a modelo nua em cena com logotipos e produtos gigantes, do tamanho da própria mulher, criando um efeito por vezes cômico e que traz a tona, explicitamente, a questão do consumo e do desejo.

Após a década de 1960, com a apropriação feita pela *pop art* e as fronteiras com a pornografia encurtadas, a investigação sobre a *pin-up* se torna mais tortuosa e não será explorada, principalmente porque o objeto de estudo dessa monografia apresenta uma *pin-up* que remete formalmente aos anos 1950, como será visto no estudo de caso.

A devassa da Devassa

A Devassa é uma marca recente, criada em 2002 no Rio de Janeiro. Mas a ampliação de sua distribuição e, conseqüentemente, do contato do público com a ela em outras regiões do país se deu em 2007, com a abertura de franquias em outras cidades e a parceria com o grupo Schincariol, segunda maior cervejaria do Brasil. Trata-se de uma cerveja especial, o que se traduz em seu leque de produtos, com cervejas diferentes além do tipo *pilsen*, que compreende a maioria das cervejas mais consumidas no Brasil, como Skol, Brahma e Antártica. O direcionamento da cerveja Devassa ao mercado *premium* se traduz também nos preços dos produtos e em sua forma de comercialização – em copos nas casas da franquia, em garrafas *long neck* e, desde o início de 2010, em lata

A identidade visual da cerveja Devassa conjuga elementos – direcionamento *premium*, nome forte, uso do retrô na representação da mulher, apelo explícito e constante à sensualidade - que formam um caso peculiar no universo das cervejas. A fim de avaliar esse caso, nesse capítulo será feita a análise da identidade visual no logotipo principal e telas do site.

O conjunto formado por mulheres, cerveja e tradição

Vale abrir espaço para dois comentários sobre aspectos observados na Devassa e em outras marcas no mercado: um sobre a imagem feminina construídas nas publicidades de cervejas populares, e outro sobre a imagem de tradição.

Ao falar sobre a sensualidade da figura feminina, chegamos a um ponto de grande polêmica: o uso da mulher em sua publicidade. Como a Devassa, pelo menos no estado de Minas Gerais, não tem veiculado anúncios em televisão nem peças gráficas nos pontos de venda, e sendo uma cerveja *premium*, segmento que, em geral, não investe tanto nas mídias de massa, é inadequado comparar o caso com as imagens publicitárias das grandes marcas de cerveja. Porém, é necessário apontar para o mito da mulher desejável construído nos discursos publicitários dessas grandes marcas. Ao falar

10 Whether the *pin-up* was viewed as a sleazy modern *vagina dentata* or an innocent reminder of femininity past, as we will see in the work of *pop artists*, by the 1960s all *pin-ups* would have one common association in the minds of an increasingly media-conscious and savvy public: their relationship to modern commerce.

em mito toma-se o conceito desenvolvido por Barthes e bem resumido por Gemma Penn: “Mito é o meio pelo qual uma cultura naturaliza, ou torna invisível suas próprias normas e ideologias” (PENN citado por BAUER; GASKELL, p. 324.). E nas palavras do próprio Barthes, em seu livro *Mitologias*:

Atingimos assim o próprio princípio do mito: transforma a história em natureza. Compreende-se agora por que, aos olhos do consumidor de mitos, a intenção e o apelo dirigido ao homem pelo conceito podem permanecer manifestos sem, no entanto, parecer interessados: a causa que faz com que a fala mítica seja proferida é perfeitamente explícita, mas é imediatamente petrificada numa natureza. (BARTHES, 2003, p. 221.).

Boa parte das propagandas de cerveja veiculadas na TV apresenta alguma situação social de confraternização e diversão, sendo muito comum um grupo de amigos homens como protagonistas principais e a cerveja aparecendo como bebida natural para a ocasião. Surge então a figura da mulher, que comumente entra muda e sai calada: servindo como uma espécie de magneto, ela inadvertidamente (e aparentemente inconsciente do fato) atrai os olhares dos homens que a consomem com os olhos. Algumas vezes a presença feminina é encarnada por mulheres que servem a cerveja com um sorriso e ocasionalmente os comerciais também apresentam uma mulher descontraída e divertida, bebendo cerveja com uma turma. O que se nota é que invariavelmente são mulheres que apresentam o padrão do que é fisicamente desejado em nossa sociedade, com suas curvas calculadamente torneadas vestidas por peças econômicas, esvoaçantes, ou ainda por justificáveis biquínis quando há o álibi da praia. O discurso publicitário das cervejas populares apresenta uma mulher ideal: jovem, deslumbrante, disponível, alegre e esse status de adequação e referencial é manifestado na aprovação, interesse e desejo exibidos pelos homens em cena. Essas características citadas até aqui lembram bastante a *pin-up* da década de 1950, passivamente sexualizada, inadvertidamente colocada à disposição dos olhares desejosos. É relevante apontar para essa construção da figura feminina na publicidade de cerveja pois é justamente em cima disso que a Devassa constrói sua identidade.

A referência ao passado trazida por elementos gráficos vintage na marca nos leva à questão da autoridade da experiência, da tradição, e é interessante notar como grande parte das marcas de cerveja inclui esse traço de alguma forma em seus logotipos. Marcas populares, como Antártica, por exemplo, exibem diagramação muito próxima à de escudos ou brasões, que são manifestações gráficas de longa data, associadas ao passado histórico. A exemplo de tipografia, as marcas Kaiser e Bavária se utilizam de fontes com traços góticos. A cerveja Original traduz suas origens, seu valor histórico, em um rótulo que simula ser antigo pelo papel usado, forma simples, cores desbotadas e elementos gráficos. As cervejas Bohemia e Backer utilizam grafismos fitomórficos típicos do período Art Nouveau, além de também incluírem em seus rótulos figuras femininas, porém em estilo diferente das *pin-ups* observadas anteriormente. Uma busca por rótulos de cervejas artesanais na internet também revela a profusão de referências à tradição no universo das cervejas, sendo muito comum o uso de tipografias que fazem referência a manuscritos e tipos antigos, elementos como arabescos, fitas ou faixas e escudos. Ao que esse levantamento indica, na interface gráfica mais próxima da bebida em si – o rótulo – a cerveja é associada à tradição, trajetória histórica, refinamento e à certa seriedade formal, mesmo sendo amplamente consumida por jovens e apesar da publicidade de massa associar a bebida, tanto na mídia impressa quanto na digital, à descontração, interação social e desejo pela figura feminina.

A marca Devassa traz nova complexidade ao conjunto cerveja-mulher-tradição ao fundir os dois últimos elementos na figura da *pin-up*. Passemos às análises do logotipo e das telas do site a fim de explorar suas construções de sentido.

A iconografia da pin-up na marca

A *pin-up* que compõe o logotipo da cerveja Devassa, no rótulo da garrafa *long-neck*, é apresentada em preto e branco. Seu cabelo parece curto e liso, com franja desfiada. Esse corte de cabelo parece relativamente atual e não lembra muito os cabelos armados das *pin-ups* clássicas. Seu biquíni, porém oferece uma dica de cronologia. A parte de baixo do traje é grande, com laterais largas, que, no entanto, não se estendem muito ao longo das pernas e o cós parece estar na altura do umbigo. Esse tipo de corte de roupa de banho foi comum na segunda



metade dos anos 1940 e anos 1950 – período mais frequentemente associado às *pin-ups*. Sua pose também é típica das *pin-ups* desse período e ao mesmo tempo em que os braços levantados denotam abertura, o olhar voltado para a direção contrária à do corpo e o sorriso comedido comunicam certo recato. Kress e Leeuwen, no livro *Reading Images* (2008), apresentam um entendimento sobre a questão do olhar desviado nas imagens, que coloca o leitor “no papel de espectador invisível”:

Todas as imagens que não contêm participantes humanos ou quase-humanos olhando diretamente para o observador são desse tipo. Por essa razão nós chamamos esse tipo de imagem de “oferta” – ela “oferece” ao espectador os participantes representados como itens de informação, como objetos de contemplação [...]. (KRESS; LEEUWEN, 2008, pág. 119, tradução nossa).¹¹

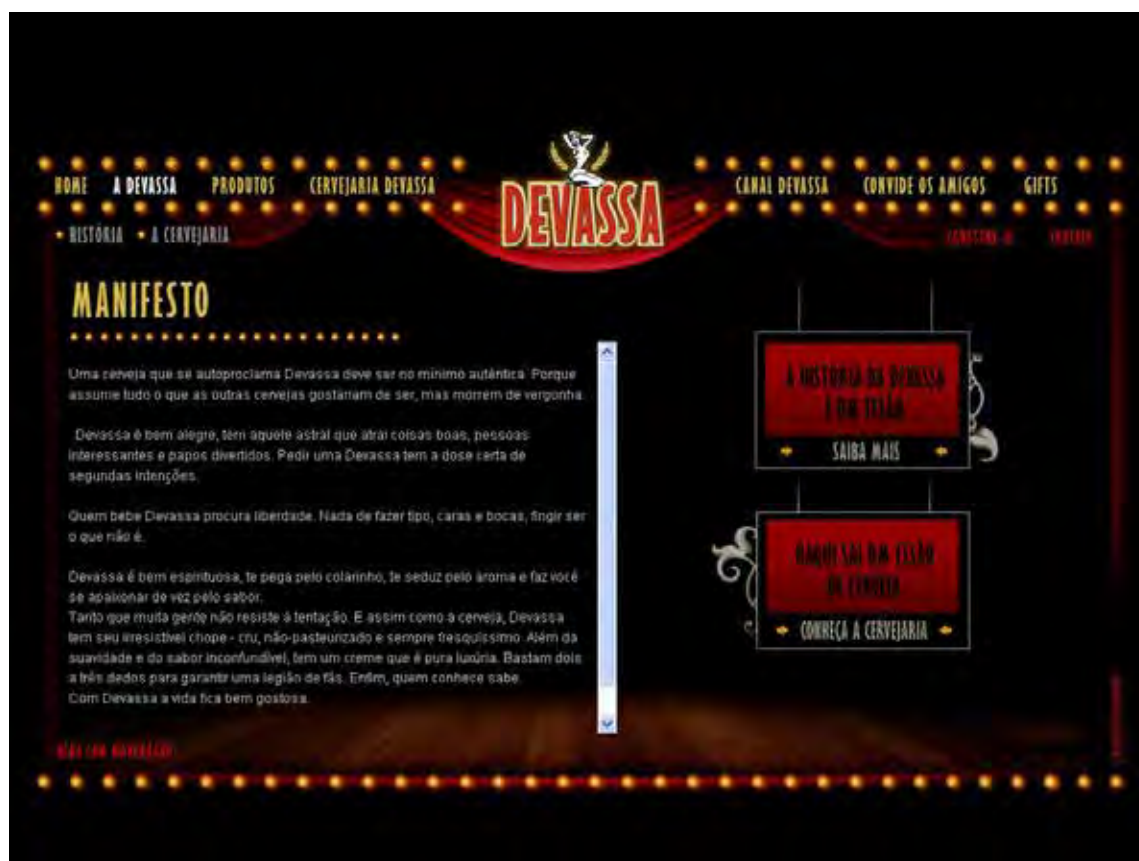
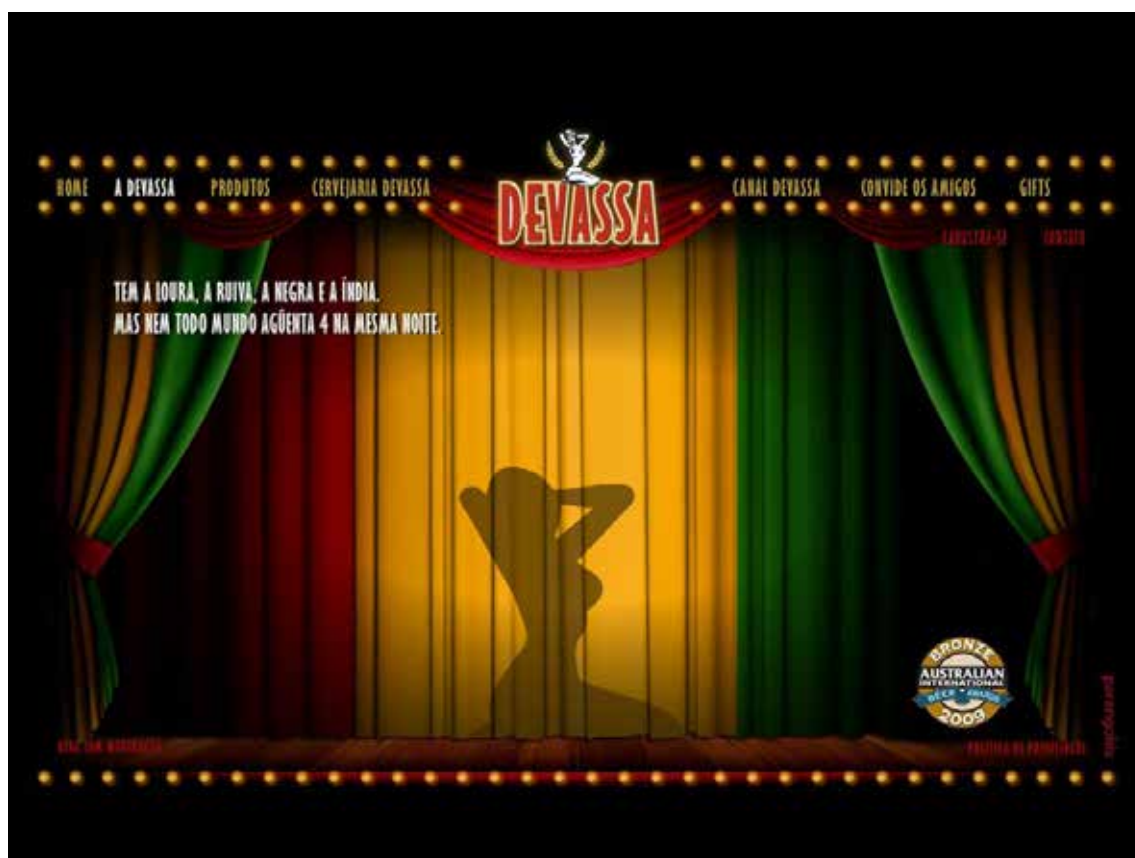
Tomando esse entendimento, o olhar que não encara o observador, apesar de mostrar alguma timidez, se une ao signo dos braços levantados reforçando a oferta da mulher.

Da maneira como estamos avaliando o rótulo, até aqui, a figura da mulher apresenta uma sexualidade, embora oferecida, comedida: o traje de banho parece pudico quando comparado aos comumente usados hoje e, sendo uma *pin-up* que remete à metade do século XX, é possível associá-la aos códigos de liberação sexual da época, muito mais restritos que os atuais. Qualificar a garota do rótulo como devassa pode então soar hiperbólico. É possível ponderar que esse exagero, passível de ser identificado na associação entre a *pin-up* e o nome da marca, acrescente um tom de brincadeira e descontração à identidade visual, o que é assumido no texto de apresentação da marca: “Devassa é bem alegre, tem aquele astral que atrai coisas boas, pessoas interessantes e papos divertidos” (DEVASSA, 2010).

Ao analisar os aspectos da marca Devassa são cogitadas possibilidades de leitura que não são, de maneira alguma, definitivas ou absolutas. Nota-se que na identidade visual em questão, a associação entre mulher e devassidão continua sendo claramente notável.

¹¹ All images which do not contain human or quasi-human participants looking directly at the viewer are of this kind. For this reason we have called this kind of image an ‘offer’ – it ‘offers’ the represented participants to the viewer as items of information, objects of contemplation [...].

O site



Serão avaliadas duas telas do site www.devassa.com.br: ambas da seção “A Devassa”, que fala sobre a própria marca. A primeira tela é uma espécie de prévia do conteúdo, que aparece quando se move o mouse por cima do nome da seção no menu principal do site. A segunda é a tela principal que surge quando se acessa a opção “A Devassa”.

A estrutura básica do site é a ilustração de um palco com cortinas de tecido, chão de madeira escura e com lâmpadas que margeiam a parte de baixo e o alto. O logotipo da Devassa (igual ao presente no rótulo da garrafa) se encontra no alto e centralizado, bem iluminado a despeito da penumbra que envolve o cenário e, assim, bastante destacado. As cortinas têm faixas amarelas, vermelhas e verdes, nos mesmos tons observados nos rótulos dos produtos da marca. Considerando as luzes e as cortinas coloridas, o palco não parece ser de um teatro formal e lembra - mais os palcos dos shows de entretenimento, podendo ser associado com os espetáculos burlescos.

A primeira tela mostra o texto: “Tem a loura, a ruiva, a negra e a índia. Mas nem todo mundo agüenta 4 na mesma noite.” “A índia” se refere a uma das opções de chopp disponíveis nas casas da franquia Devassa, e é vendida somente em copo. Esse texto, inclusive, parece estar desatualizado, pois existe também o chopp chamado de Sarará, compondo uma linha de cinco tipos de cerveja disponíveis, e não quatro. O texto oferece uma dica do conteúdo da seção, mas é ambíguo e há uma personificação da cerveja, fazendo alusão ao envolvimento com quatro tipos de mulheres numa mesma noite. A tipografia utilizada tanto nesse texto quanto no menu das seções é muito similar à que se vê no logotipo, porém menos decorada e menos espessa.

Ao passar o mouse sobre o nome da seção aparece, além do pequeno texto, a silhueta de uma mulher. Ela está na mesma posição da *pin-up* no logotipo da Devassa, também indicando que o conteúdo dessa área do site se relaciona com a marca. O interessante nessa tela é a presença de uma cortina principal, mais exterior no palco, que está aberta, e de uma cortina fechada logo em seguida, atrás da qual se adivinha a presença de uma mulher pela sua silhueta. Essa composição convida então o espectador ao verbo devassar, nos sentidos de “invadir ou observar”, “ter vista para dentro de”, de “descobrir, penetrar, esclarecer”, de “olhar, contemplar”, como propõem as definições do dicionário citadas anteriormente.

Esse layout se repete nas demais telas que surgem ao se passar o mouse sobre os nomes das outras seções do site: um pequeno texto (geralmente fazendo trocadilhos, o que expressa bem a proposta vista no manifesto da marca: “Pedir uma Devassa tem a dose certa de segundas intenções.”) com dica sobre o conteúdo e silhuetas de mulheres em diferentes posições sugestivas. Observa-se nessas imagens proposta ambivalente: as cortinas ao mesmo tempo que fechadas, mostram; e a sensualidade é mostrada ao ser coberta.

Ao clicarmos na seção “A Devassa” para abrir suas cortinas, no entanto, adentramos em um palco vazio. As cortinas desaparecem e surge uma caixa de texto mostrando um Manifesto que fala conceitualmente sobre a marca e sobre como ela deseja se mostrar ao público. Ao lado estão duas placas “penduradas”, oferecendo links para informações sobre o histórico da marca. O formato dessas placas é retangular e elas são ornamentadas por arabescos fitomórficos, sugerindo uma representação do lúpulo, que é uma planta trepadeira e ingrediente essencial na cerveja.

Linhas gerais do discurso

Nas análises feitas é possível notar um ponto que perpassa a identidade visual da Devassa. Vários elementos apresentam ambigüidades ou ambivalências: a palavra Devassa que, mesmo tendo significado pejorativo, adquire certo tom de brincadeira; os textos do site e de descrição dos produtos, fazendo

trocadilhos e mesclando a bebida e a figura feminina; as cortinas mostradas no site, conjuntamente abertas e fechadas; o posicionamento dos produtos, destacando caráter premium e especial da cerveja mas também tentando popularizá-la; a figura da pin-up que pode ser relacionada tanto à década de 1940 quanto de 1950, período que mostra uma dicotomia na representação gráfica feminina.

O que se pretendeu nessa análise não foi definir todas as possibilidades de significação da marca (o que seria impossível), mas avaliar seus elementos compositivos a fim de explorar algumas possibilidades de leitura e investigar como podem ser construídas, contribuindo para o estudo de linguagens no design.

Referências

BARTHES, Roland. *Mitologias*. Rio de Janeiro: Difel, 2003.

BUSZEK, Maria E. *Pin-up grrrls; feminism, sexuality, popular culture*. USA: Duke University Press, 2006

DEVASSA. *Manifesto*. 2010a. Disponível em: <<http://www.devassa.com.br/adevassa.php?yes=yes>>. Acesso em 4 nov. 2010

DEVASSA. Imagens do site. 2010e. Disponível em: <<http://www.devassa.com.br/adevassa.php?yes=yes>>. Acesso em 14 nov. 2010

KRESS, Gunther; LEEUWEN, Theo van. *Reading images; the grammar of visual design*. Nova York: Routledge, 2008

NIEMEYER, Lucy. *Elementos de semiótica aplicados ao design*. Rio de Janeiro: 2ab, 2003

PENN, Gemma. Análise semiótica de imagens paradas. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (Org.). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som; um manual prático*. Petrópolis: Vozes, 2002

SOPHIA MIND. *A cerveja que elas querem*. Disponível em <<http://www.sophiamind.com/pesquisas/consumo-feminino-de-cerveja/>>. Acesso em 01 set. 2010

Alice através do espelho digital: do livro de papel à tela interativa

Uma análise comparativa entre três edições

Larissa Guimarães Averbug¹

Resumo

As inovadoras histórias de Alice de Lewis Carroll foram essenciais para a construção do conceito de livro infantil ilustrado, associando o livro e a leitura ao conceito de brinquedo e brincadeira. Justamente os contos de Alice, que marcam forte presença até hoje no mercado editorial, transpõem os limites do impresso para habitar o livro digital. A materialidade, tão presente no livro ilustrado, dá lugar à virtualidade da imagem luminosa da tela. A fim de estudar como as diferentes formas de funcionamento do livro interferem na leitura, é realizada uma análise comparativa entre três diferentes edições de Alice: um livro ilustrado impresso (da ilustradora Rébecca Dautremer), um livro pop-up (de Robert Sabuda) e um livro-aplicativo digital para iPad (*Alice in New York*).

Palavras-chave

Alice; Lewis Carroll; livro ilustrado; livro digital interativo; iPad.

Introdução

Este artigo é uma pequena parte de um projeto maior: a dissertação de mestrado. Após o levantamento das diversas edições de *Alice*, foram selecionadas três para uma análise aprofundada, partindo de critérios pré-determinados. A edição impressa é a primeira a ser estudada, seguida do livro *pop-up* e, por último, do digital. Essa sequência, assim como a escolha desses tipos de versão, reflete a passagem da página bidimensional para a tridimensionalidade que salta do livro *pop-up*, rumo ao bidimensional na tela.

¹ Mestre em Artes Visuais (Linha de Pesquisa Imagem e Cultura) pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

Versão impressa: *Alice au Pays des Merveilles* – Rébecca Dautremer



Figura 1 - Capa e acabamentos.

Na capa da edição ilustrada por Rébecca Dautremer, a primeira impressão é a de que Alice está viva. Seu rosto, maior do que a escala real, faz o leitor imaginar que a menina acabou de comer algo que a fez crescer. As gotas que pingam do queixo, nariz e fios de cabelo fazem parecer que o livro está molhado. O título em francês “*Alice au Pays des Merveilles*” é apresentado em uma tipografia de estilo art deco - o contraste das hastes e as bordas arredondadas garantem o toque de elegância às letras. O desenho sinuoso em hot stamping vermelho envolve o título e acompanha a delicadeza dos fios de cabelo.

Além do hot stamping, da capa dura, da encadernação e da qualidade gráfica em geral, o acabamento em vermelho na lateral das páginas faz dessa versão de Alice uma edição de luxo. O enorme formato (aberto: 58x35cm) faz jus à riqueza de detalhes das ilustrações e à suntuosidade do livro, tornando a experiência de leitura única. Abrir o livro é como entrar numa sala de cinema - com o livro aberto, o formato antes vertical, torna-se horizontal como uma tela de panorâmica.

As guardas merecem destaque, pois, além de muito bonitas, dialogam com imagens do miolo. Ambas compõem texturas orgânicas, cujos padrões repetitivos foram feitos manualmente e, portanto, tem nuances e não formas idênticas. A plasticidade da guarda inicial, a princípio puramente abstrata, vai revelando indícios de iconicidade: cogumelos vistos de cima, guardas-sol, águas-vivas, frutas cítricas cortadas ao meio - a imaginação vai longe. Iniciada a leitura, o olhar apurado descobre que os mesmos padrões estão presentes em outras imagens: nos tecidos das roupas do Coelho Branco e da Duquesa.

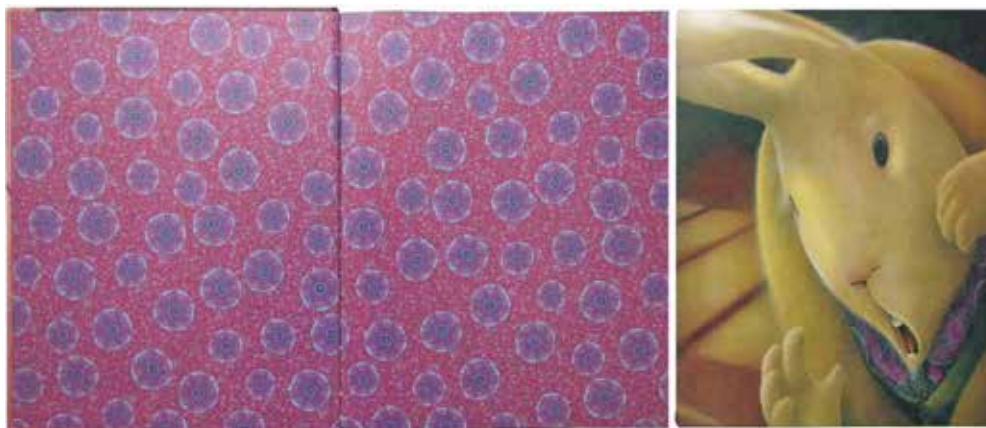


Figura 2 - Guarda inicial e ilustração do Coelho Branco (p. 19).

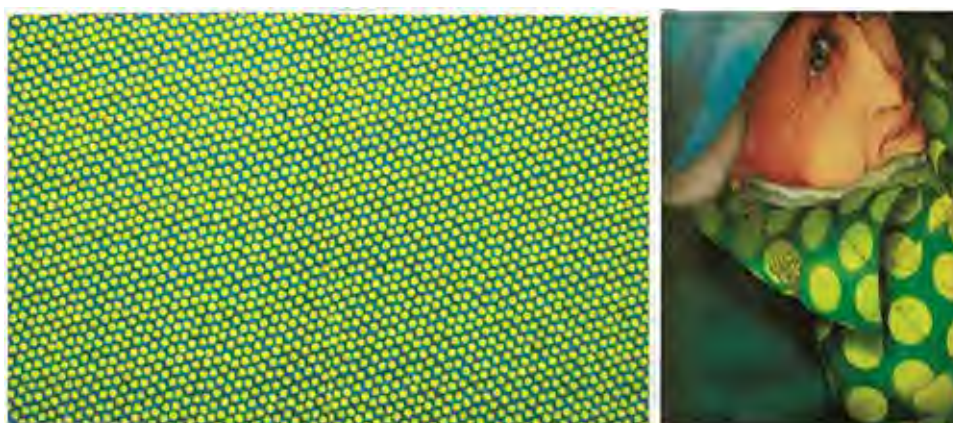


Figura 3 - Guarda final e ilustração da Duquesa (p. 97).



Figura 4 - Abertura do capítulo I (p. 8 e 9).



Figura 5 - Fotos das irmãs Liddell por Lewis Carroll.

Já nas páginas de abertura no primeiro capítulo, é possível perceber que Dautremer conectou-se diretamente a Carroll, sobrepondo-se a John Tenniel. Suas escolhas não parecem influenciadas pelo “ilustrador oficial das ‘Alices’” - como acontece na grande maioria dos casos -, visto que transmitem uma abordagem rara de cenas, ângulos, pontos de vista e trechos-chave da narrativa. A paleta de cores escuras, levemente dessaturadas e com menos brilho, propõe uma atmosfera melancólica e enfatiza a característica híbrida proposta por Carroll: as imagens líricas estão no limiar entre sonho e pesadelo.

A protagonista de Dautremer é claramente inspirada em Alice Liddell - isso é confirmado no final do livro, onde há uma fotografia dela. Retratar Alice morena é um contrafluxo à recorrente representação loura. O que mais chama atenção, contudo, são os traços orientais dessa Alice. Ao longo das outras ilustrações existem muitas referências à cultura asiática e chinesa, em especial. Assim como Dautremer, os vitorianos demonstravam interesse pela cultura oriental. Ao comparar as fotos de Carroll com as ilustrações, o leitor descobre curiosas semelhanças. Na primeira fotografia, as irmãs Lorina e Alice Liddell vestem figurinos chineses originais, que provavelmente foram emprestados do museu de Oxford. Teria a inspiração oriental de Dautremer vindo dessa fotografia de Carroll?

Mais curiosa é a estampa desenhada para o sofá, muito parecida com a daquele sofá verdadeiro onde as irmãs Liddell sentaram-se para serem fotografadas por Carroll. O sofá em si já é um signo importante em vínculo ao autor: Carroll fotografou outras meninas além das Liddell sobre sofás. Nenhum outro ilustrador representou o primeiro trecho da narrativa dessa maneira - até porque o texto descreve que Alice está sentada ao lado de sua irmã em uma ribanceira, ao ar livre. A ilustração de Dautremer contradiz o texto com a intenção de ir mais além, criando novas significações narrativas extratextuais.

No total, o livro tem 49 ilustrações. Destas, 24 são coloridas e 25 são desenhos lineares a lápis, monocromáticos; das coloridas, 12 são de página dupla e outras 12 de página inteira. Dos desenhos a lápis, 19 ocupam sozinhos o espaço da página, enquanto outros 6 aparecem como vinhetas, dividido o espaço com o texto. Essa alternância propõe um ritmo interessante realçado pelos contrastes entre a atmosfera intensa das imagens coloridas com o traço delicado do lápis.

Voltando-se ao design dessa edição, muitas aberturas de capítulo seguem uma mesma solução de projeto gráfico - que consiste em uma página de texto com o título de capítulo à esquerda e uma ilustração de página inteira à direita. A imagem focada nos personagens aborda os mínimos detalhes, revelando suas características íntimas. A imagem do Coelho Branco atíça especialmente o olhar tátil - os pêlos pintados um a um e a luz projetada sobre eles faz o leitor querer tocar a página com a intenção de sentir a textura do rosto do animal. Na imagem da Rainha, as rugas e sardas, os nuances de luz e sombra em seu rosto, as minúcias das jóias e a delicadeza das roupas, tudo faz com o leitor sinta-se dentro do País das Maravilhas.



Figura 6 - Abertura do Cap. II (p. 18 e 19): Coelho. Figura 7 - Abertura dos Cap. XI (p. 118 e 119):

Já o espaço das páginas 16 e 17 é predominantemente ocupado por texto, contendo apenas uma vinheta de uma chave com uma etiqueta onde está escrito: “Jardin de la Reine” (Jardim da Rainha). Essa é também a chave que leva ao próximo capítulo, iniciado na página seguinte. Na página 11, o desenho à lápis é de página inteira e mostra Alice caindo no buraco do Coelho - a imagem mais parece um storyboard de animação, já que retrata Alice em 7 posições diferentes. Muito interessante é a forma total composta pelos quadros: o percurso da queda é desenhado em uma linha sinuosa que segue no movimento de cima para baixo. Assim, Dautremer cria uma proximidade entre a ilustração e as linguagens sequenciais, deixando clara a influência do cinema de animação.



Figura 8 - Páginas 16 e 17.

A teórica Sophie Van der Linden dedica um tópico à discussão sobre a “expressão do tempo, do espaço e do movimento por meio de imagens sequenciais” (2011, p.107). Refere-se tanto à funcionalidade do próprio livro, que desencadeia uma progressão nas ilustrações página à página, como também aquela sequencialidade existente em uma única imagem - como no caso da página 11.

Dentre os personagens peculiares de Rébecca, o Rei e a rainha chamam atenção. Sempre retratado em posição inferior à Rainha, conforme o texto, a insignificância do Rei é enfatizada na ilustração das páginas 90 e 91. Sua estatura baixa contrasta com a altura elevada de sua esposa em cima do trono. A maneira como olha para cima caracteriza a expressão corporal do sentimento de inferioridade. Sua vestimenta remete a do bobo da corte: a metáfora visual perfeita para sua condição. Em contrapartida, nada está acima da Rainha - apesar de bem mais altos, até os flamingos curvam-se submissos diante dela, para que nunca precise dirigir-se a eles olhando para cima.

Na ilustração do tribunal (p. 122 e 123), o Rei também está cabisbaixo e ridicularizado em sua posição muitíssimo inferior a da Rainha. Dessa vez, contudo, a Rainha está tão elevada, que tem o corpo cortado na imagem - apenas restam seus pés e a barra do vestido na página da direita. Sua cabeça, então, aparece como se estivesse cortada, emoldurada em um quadro pendurado à parede, para que todos vejam. Essa é mais uma metáfora da ilustradora sobre a condição da



Figura 9 Página 11: Alice caindo no buraco do Coelho.

realeza - uma crítica já elucidada no próprio texto narrativo de Carroll. A Rainha representa, portanto, a carnavalização do poder - suas ordens de "contem-lhe a cabeça!" nunca são cumpridas de fato: "'Que engraçado!'/ 'Onde está a graça?' perguntou Alice. / 'Ora, nela', disse o Grifo. 'É tudo fantasia dela: nunca executam ninguém.'"² Nesse sentido, a Rainha de Copas é uma crítica disfarçada de Carroll à rainha Vitória, cujas ordens e decisões pouco valiam diante da monarquia parlamentarista.



Figura 10 - Croqué da Rainha (p. 90 e 91).

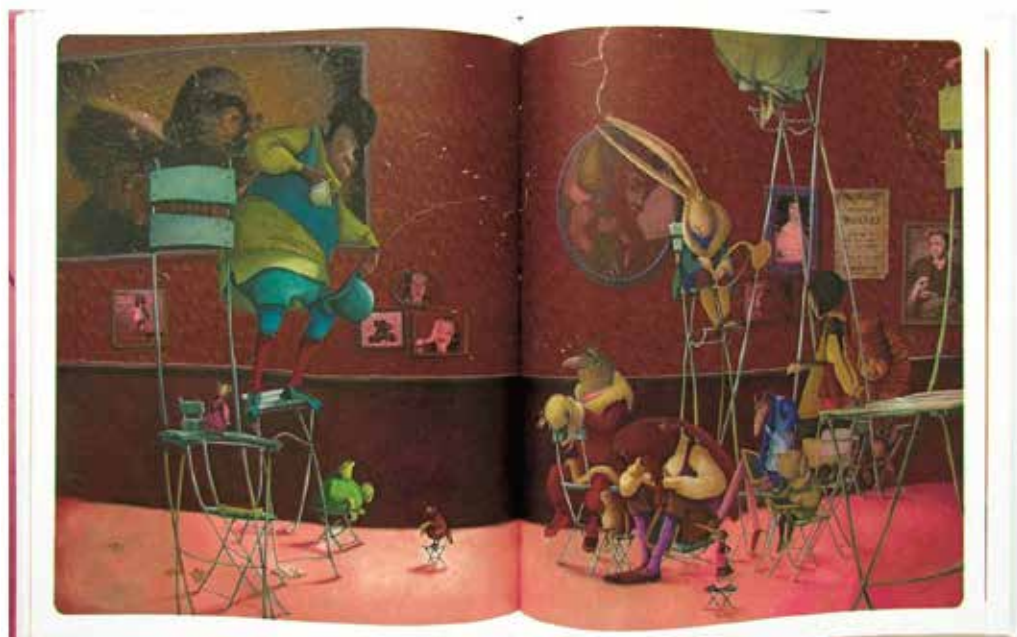


Figura 11 - Tribunal (p. 122 e 123).

² Trecho de *Alice no País das Maravilhas*.



Figura 12 - Fotografias de Alice Liddell e Lewis Carroll.

O papel de parede tem a mesma estampa do sofá, mostrada no início dessa análise: o padrão é uma repetição de corações unidos uns aos outros - o símbolo do amor. E assim, é a partir dessa representação na parede que se volta às questões da vida pessoal do autor. À direita da imagem, as fotografias de Lewis Carroll e Alice Liddell aparecem penduradas e emolduradas. Na primeira foto, Alice já é uma mulher jovem com seus 20 anos. No auto-retrato, Carroll está mais novo: como Alice, está no auge da juventude. Naquela parede repleta de memórias e sentimentos, portanto, o amor impossível sonha em ser plausível.

Por falar em sonho, a última ilustração de Dautremer representa o despertar. O mesmo sofá está ali: é, na verdade, o mesmo cenário e contexto do início da narrativa. Essa ilustração, contudo, aparece nas páginas 138 e 139, depois do texto já acabado na página anterior - nesse sentido, é uma imagem pós-textual que, portanto, acrescenta uma narrativa extratextual. A Alice sonolenta da imagem anterior (cf. il. 4), agora está desperta e pensativa. Uma pequena folhinha em seu cabelo sugere algo bastante significativo: teria sido tudo aquilo apenas um sonho?



Figura 13 Última ilustração de página dupla e contracapa.

Na contracapa, além das informações de praxe como o código de barras, outra ilustração extratextual complementa a narrativa. Com o zoom ampliado, confirma-se que o lugar onde Alice está sentada é, de fato, um sofá. Em volta dela está uma série de objetos curiosos: o mesmo tecido

A circular collage of various images. In the center is a large, light-colored circular area containing a detailed black and white sketch of a young girl with long hair, sitting and looking forward. Surrounding this central area is a ring of smaller, rectangular images. Starting from the top and moving clockwise, the images include: a woman's face, a bell, a monkey, a toucan, a Ferris wheel, a red building, a person on a bicycle, a person in a dark suit, a person in a green field, a person in a red field, a person in a blue field, and a person in a yellow field. The collage is set against a white background.

Versão pop-up: Alice no País das Maravilhas – Robert Sabuda



116

Na capa da edição de Robert Sabuda, Alice corre atrás do Coelho Branco e, de cima da árvore, o Gato os observa. A cor rosa chamativa faz essa edição destacar-se na prateleira da livraria. No que diz respeito aos signos linguísticos, depois do nome da editora, o título é o que está mais em destaque, acentuado pelo acabamento em *hot stamping* dourado - tão chamativo quanto a cor rosa no fundo. Os nomes dos autores aparecem discretamente à esquerda, incorporados à inscrição que diz o seguinte: “Adaptação em pop-up da obra de Lewis Carroll recontada por Robert Sabuda”.

Diferentemente da edição de Dautremer, a contracapa de Sabuda não traz nenhuma mensagem narrativa, apenas informações práticas. Nela estão o slogan (“Uma obra clássica agora em versão pop-up!”), a sinopse, uma fotografia do livro aberto, código de barras, ficha e outros dados técnicos. A sinopse confirma que as ilustrações são baseadas nas de Tenniel: “Esta edição inédita do clássico de Lewis Carroll, criada pelo artista Robert Sabuda, ganha dobraduras e surpresas interativas inspiradas nas ilustrações de John Tenniel.”

A narrativa em papel finalmente inicia-se na ilustração *pop-up* 1. Na copa das árvores, Sabuda camuflou outros personagens: o Gato, o Chapeleiro e a Rainha. A narrativa em papel finalmente inicia-se na ilustração *pop-up* 1. Na copa das árvores, Sabuda camuflou outros personagens: o Gato, o Chapeleiro e a Rainha. Na ponta direita, está a primeira e a mais interessante interação de todo livro. O signo linguístico “Abra-me” revela-se muito provocativo - é impossível resistir a ele. Ao abrir, o leitor encontra mais instruções: “Puxe para cima e olhe dentro do buraco”. Essa experiência interativa criada por Sabuda, talvez seja a melhor maneira de ilustrar a sensação de Alice ao cair no buraco profundo. Olhando através do furo vazado, enxerga-se 6 camadas - Alice está na penúltima delas, impressa em um acetato transparente.

No total, são 6 páginas duplas, de onde armam-se as ilustrações pop-up principais. Os 6 pequenos livrinhos, dentro de cada uma das páginas duplas, mostram trechos secundários da narrativa. Os livrinhos somam 40 páginas - nelas estão todo o texto narrativo e as vinhetas *pop-up*. Na segunda página dupla *pop-up*, por exemplo, a “capa” desse livrinho é a porta de entrada para a casa do Coelho Branco - abrí-lo, portanto, é como abrir a porta e entrar na casa. Ao entrar, primeiro o leitor encontra as luvas de pelica e o leque do coelho; depois, vira a página e encontra a Lagarta; vira novamente e, por último, vê Alice crescendo. A última vinheta interativa desse trecho é a mais interessante, pois mostra uma transformação dinâmica: abrindo e fechando a página, o leitor pode ver o movimento animado do pescoço de Alice crescendo e diminuindo.





Figura 16 - Composição pop-up 1.



Figura 17 - Composição pop-up 2.

Ao virar a página, a mesa para o chá maluco coloca-se posta imediatamente. A tridimensionalidade torna-a tão palpável, que o leitor sente vontade de diminuir como Alice, a fim de sentar-se à mesa para participar do chá. A primeira vinheta pop-up do livrinho ilustra o momento em que o Chapeleiro Maluco e a Lebre de Março tentam enfiar o dorminhoco rato no bule - com a ajuda do leitor, eles conseguem, de fato, esconder metade do corpo do pobre ratinho. A segunda vinheta avança para o trecho em que a carta-jardineiro pinta as rosas brancas da Rainha de vermelho - abrindo a página, a mão que segura o pincel sobe, passando por cima da rosa, que automaticamente aparece pintada (um acetato vermelho sobrepõe-se ao desenho).



Figura 18 - Composição pop-up 4.



Figura 19 - Composição pop-up 6.

O último *pop-up* do livro materializa uma das mais clássicas cenas do *País das Maravilhas*: Alice se debatendo entre as cartas que voam sobre sua cabeça. Essa é também uma das mais famosas realizações de Sabuda. Não só a grande quantidade de cartas, mas a maneira como elas se embaralham no ar, impressiona. As primeiras páginas do livrinho contam a história que antecede a grande cena. Em apenas 7 pequenas páginas como essas, Sabuda resume a narrativa até seu desfecho. O texto que descreve a cena maior está nas 2 últimas páginas, que encerram a narrativa de Carroll com o *pop-up* de Alice acordando assustada sobre os braços da irmã.

Em todas as páginas, a impecável engenharia do papel é calculada com tamanha precisão que dificilmente algo amassa ou fica fora do lugar. Como se já não bastasse a complexidade mirabolante da engenharia do papel, Sabuda ainda explora a diversidade de materiais, a fim de permitir que o leitor experimente diferentes sensações, tanto visuais como táteis. Sabuda usa, em pequenos detalhes, papéis especiais com textura aveludada para imitar pêlo de animais, acetato para imitar vidro, papel brilhoso de efeito furta-cor para imitar metal, entre outros. “Trata-se também de despertar os sentidos do leitor mirim multiplicando os efeitos de textura, propondo materiais variados, cintilações de cores e formas” (LINDEN, 2011, p. 52). Aquela vontade de tocar os pêlos do coelho, atizada pela ilustração de Rébecca (cf. il. 6), é aqui satisfeita: a textura aveludada é um delicioso afago para as pontas dos dedos.



Figura 20 - Detalhes das imagens pop-up ao longo do livro.

Versão digital: *Alice in New York* – iPad

Para acessar o livro-aplicativo *Alice in New York*, basta procurar sua “miniatura” na tela do iPad e, em um toque, a leitura será iniciada. Cada aplicativo possui uma “miniatura” que é ao mesmo tempo ícone e botão. O ato de acessar um aplicativo pode ser comparado à maneira como se busca um livro enfileirado na estante. A “miniatura” é como a lombada: quando localizada, basta um dedo para puxar o livro desejado.

O leitor é então direcionado à capa, que toma o espaço da tela cheia. Como não existe guarda, muito menos folha de rosto e falsa folha, a própria capa faz o papel de isolar o leitor do mundo exterior (e principalmente das possibilidades multifuncionais oferecidas pelo próprio dispositivo), para que possa, enfim, focar sua atenção à leitura. Na capa, o único signo linguístico em evidência é o título que, para aquele



Figura 21 - “Miniaturas” para aplicativos no iPad.



Figura 22 - Capa.

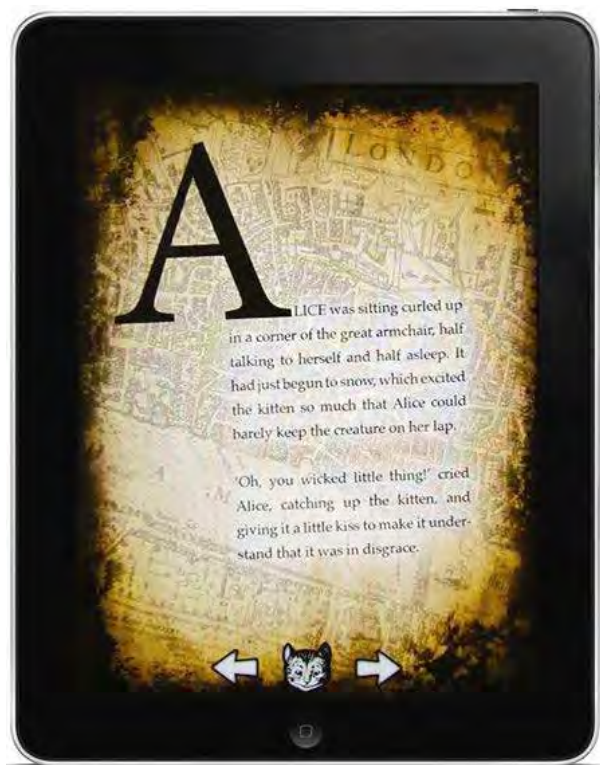


Figura 23 - Página 1.

espectador desatento, pode ser lido como *Alice New York* — o *in* passa quase despercebido. Como signo plástico e icônico, o título remete aos letreiros luminosos típicos de Nova Iorque.

Os personagens em volta de Alice — Humpty Dumpty, Tweedledee, o Unicórnio e o Leão — deixam logo explícito que se trata de uma paródia a *Through the Looking-Glass*. As brincadeiras interativas da capa são poucas: é possível mover o chapéu em todas as direções e até colocá-lo na cabeça da protagonista; os quatro outros personagens citados e a peça de xadrez na mão de Alice também se movem de forma mais sutil, sem sair de suas posições; ao tocar no letreiro luminoso as letras piscam. A animada trilha sonora ouvida na capa instiga o leitor a iniciar a narrativa. Assim, a seta na parte inferior (ênfaticada por um círculo verde que pisca como o letreiro) indica a passagem para a primeira página do livro.

O texto narrativo inicia-se: “Alice enroscava-se num canto da poltrona, meio conversando com si mesma e meio dormindo”.³ Capitulares, como a da primeira página, também estão presentes em mais nove outras, marcando o início de trechos importantes, já que não há divisão por capítulos. A mancha na borda, que imita papel antigo, está em todas as páginas. A intenção parece ser a de contrastar o clássico e tradicional com o novo - isso é visto não só nas capitulares e no aspecto página, mas em outros detalhes das ilustrações, que serão comentados mais à frente. O efeito de papel antigo, contudo, atrapalha um pouco a legibilidade e a leiturabilidade - poderia, portanto, ser dispensado. A imagem ao fundo, que mostra um mapa da cidade de Londres, não tem relação direta com o texto, apenas fornece um indício de onde Alice está agora.

Na segunda página, vê-se a cena descrita anteriormente. A ilustração causa logo certo estranhamento. Alice ainda é aquela projetada por Tenniel, com sua vasta cabeleira loira e o clássico vestido vitoriano. Os novos desenhos criados por Petra Kneile são releituras visuais sob o traço de Tenniel. A cor (signo plástico de forte impacto) é uma novidade significativa diante das gravuras originais em preto e

³Tradução do original: *Alice was sitting curled up in a corner of great armchair, half talking to herself and half asleep.*



Figura 24 - Página 2.

O relógio de bolso, pendurado na poltrona vermelha, sugere que o fator “tempo” tem importância. E, de fato, os tempos se misturam ali. Alice está com fones-de-ouvido, rodeada elementos de outras épocas, que não a vitoriana: revistas sobre TV e música, controle remoto, patins, entre outros. A paisagem na janela mostra o Gherkin, edifício londrino construído em 2003, cuja arquitetura lembra a forma de um ovo. O único objeto tipicamente vitoriano é a poltrona, que ganhou o aspecto de envelhecida com rasgos e arranhões. Teria essa nova Alice atravessado todos esses anos? Saído da Inglaterra vitoriana diretamente para a contemporânea?



Figura 25 - Página 5 e 6.

4 Tradução do original: *Alice had been trying to wind up a ball of wool, but the kitten would unroll it till it had all come undone again.*

As páginas 5 e 6 merecem destaque, porque representam a passagem de Alice do mundo real para o mundo do espelho, de Londres para Nova Iorque. A página 5 mostra Alice de costas, prestes a atravessar o espelho; enquanto a página 6, cuja imagem é bastante parecida com aquela anterior, a completa, revelando Alice já do outro lado, terminando de atravessá-lo. Na página 5, o leitor pode desvendar o universo do espelho junto com Alice a partir do toque interativo na tela: a imagem embaçada vai revelando a cidade de Nova Iorque. Alguns elementos sugerem que há uma transgressão com relação ao tempo. Mais uma vez, passado e presente coexistem na mesma cena: em cima da lareira ornamentada, clássica da era vitoriana, está uma *lava lamp*, típica da década de 1960. A *lava lamp* reforça o caráter de rebeldia inicialmente verificado na meia. Além disso, esse tipo de luminária corrobora para o clima de mistério, reforçado pela trilha sonora.

A imagem da lareira carrega uma simbologia que dialoga com a do espelho: é uma passagem para fora da casa, uma porta para o céu. Em cima da lareira, era um costume vitoriano colocar objetos como relógios e vasos com flores artificiais em redomas de vidro. Assim, o vidro que protege o relógio, símbolo do controle do tempo, aparece quebrado, advertindo uma ruptura temporal. Na parede está o auto-retrato de Tenniel: o ilustrador lança seu olhar intrigante diretamente ao espectador.

Na página 6, mais uma vez, a luminária tem um papel importante para criar o clima da cena. Dessa vez, ela é o elemento interativo. É possível movê-la pela imagem, iluminando as partes escuras ocultas, como o próprio texto, por exemplo. Agora, não existe mais a trilha sonora; ouvem-se apenas ruídos muito sutis; não é possível saber do que se trata; é preciso avançar a página para descobrir.

O cenário pouco iluminado dramatiza o olhar de Alice para o “fora-de-campo”, aumentando a expectativa do leitor para o que há na sala do outro lado do espelho. Segundo Aumont, a noção de “fora-de-campo” é mais facilmente compreendida a partir do seu uso no cinema:

Como dizíamos, foi o cinema que deu a forma mais visível às relações do enquadramento e do campo. Foi também ele que levou a pensar que, se o campo é um fragmento de um espaço recortado por um olhar e organizado por um ponto de vista, então não passa de um fragmento desse espaço — logo, que é possível, a partir da imagem e do campo que ela representa, pensar o espaço global do qual esse campo foi retirado. Reconhece-se a noção de **fora-de-campo**: noção também de origem empírica, elaborada na prática da filmagem cinematográfica, em que é indispensável saber o que, do espaço pró-fílmico, será e o que não será visto pela câmera (AUMONT, 1993, p. 224-225, grifo nosso).

O signo icônico mais importante dessas páginas ainda não foi desvendado: o espelho. O espelho é a imagem invertida da realidade. Essa definição serve muito bem ao contexto da história. A *Casa do espelho*, nome que Alice dá a imagem refletida de sua casa, revela-se bem diferente da real: não é tão arrumada quanto a outra, mas é bem mais



Figura 26 - Página 32.

interessante. Assim, na página 6, os elementos não são simplesmente uma imagem especular. É como se ali existisse realmente uma outra casa e não apenas uma imagem invertida proveniente da primeira. A parede onde está o espelho seria o eixo referencial e dali, o espaço da casa (ou até do universo inteiro) seria rotacionado a 180 graus. A passagem para o outro plano se afirma a partir disso.

Existem muitas paródias sobre cultura nova-iorquina ao longo da narrativa: o Rei tem a forma do Empire State e a Rainha Vermelha, da Estátua da Liberdade. Outro exemplo é quando Alice, ao invés de entrar no vagão de trem, está no metrô típico de Nova Iorque: sujo, pichado e cheio de propagandas. Na ilustração original de Tenniel, ela se veste de maneira elegante; se Alice foi vestida por Tenniel à altura de um vagão da primeira classe, não poderia permanecer assim no metrô. Na página 32, a caracterização da personagem foi reformulada e, agora, a menina veste um boné, um casaco largo e maltrapilho; a bolsa foi substituída pela mochila e a roupa de papel do homem na frente de Alice, agora é estampada como jornal.

A página 84 é uma paródia visual de uma das famosas fotos da construção do Empire State, em que trabalhadores descansam sobre a viga, sem nenhum equipamento de proteção. Evidentemente, esse é o cenário perfeito para Humpty Dumpty, que gosta de situações inseguras, contrastantes com sua visível fragilidade.



Figura 27 - Foto de Charles C. Ebbets (1932).



Figura 28 - Página 84.

Na nova ilustração, o muro é substituído por um cenário bem mais assustador. Se a ilustração de Humpty Dumpty sobre o arranha-céu multiplica a aflição do leitor sobre o perigo dele cair, por outro lado, a interação ameniza essa sensação. No iPad, o toque do dedo poder controlar a queda de Humpty Dumpty. O homem-ovo fica protegido pela viga de baixo, (onde Alice está) e também pelos limites da tela. A imaginação do leitor, contudo, poderia ir mais longe simplesmente se, ao cair da viga, Humpty Dumpty sumisse no momento em que atravessasse o “fora-de-campo” para além espaço da tela. Assim, seria possível visualizar mentalmente a grande queda e, conseqüentemente, o susto do ovo quebrando-se em mil pedaços. Alice, que também parece estar em perigo, na verdade mantém-se fixa naquele ponto da viga, ainda que essa se movimente. Os trabalhadores ali sentados sobem e descem com o movimento, mas também nunca caem.

No decorrer da história, Alice consegue atravessar todos os campos e torna-se rainha. A ilustração da página 128 retrata o banquete em cortejo a mais nova Rainha Alice. O texto de Carroll que descreve essa cena é mostrado nas duas páginas anteriores; um grande alvoroço se inicia na mesa de jantar, onde muitas coisas acontecem ao mesmo tempo; as velas crescem, parecendo um canteiro de juncos com fogos de artifício na ponta. Essas velas enormes não aparecem visualmente aqui como no original de Tenniel. Em contrapartida, os fogos de artifício ganham vida na ilustração interativa. O toque na tela ativa fogos que explodem em cores e sons. Cada dedo ativa uma explosão, enquanto o multi-toque ativa várias ao mesmo tempo. É possível arrastar o dedo e “passear” com os fogos coloridos pela tela; com no mínimo quatro dedos simultaneamente, os fogos são fixados, onde permanecem estourando em um movimento ininterrupto nos pontos determinados.



Figura 29 - Página 128.

A última imagem interativa do livro, na página 130, dá o desfecho da história. Diante do caos mostrado na cena anterior, Alice captura a Rainha Vermelha, acreditando que ela seja a grande culpada pela confusão. Esse trecho representa o xeque-mate da Rainha Alice em seu lance final - o momento coincide com o despertar do sono profundo. O texto descreve que o rosto da rainha vai ficando muito pequeno e seus olhos muito grandes e verdes até que, ao sacudi-la vigorosamente (com

o toque do dedo ou com o movimento do suporte), a imagem transforma-se: a Rainha Vermelha vira a gatinha Kitty. Essa interação vai além do texto, pois permite que o leitor brinque com a transformação cíclica da entre rainha e gatinha - a cada sacudida o gráfico muda a forma da personagem.



Figura 30 - Página 130.

Para Alice, portanto, entrar no espelho é mergulhar no cenário lúdico dos sonhos, lugar onde a imaginação não encontra limites. *Alice*, contudo, agora atravessa outro tipo peculiar de espelho: o digital. Ao atravessar com ela, o leitor descobre que *Alice* é livre e atemporal: do passado vitoriano entra de vez no contexto contemporâneo, rumo ao futuro do livro infantil ilustrado.

Considerações finais

Das três edições analisadas, o livro ilustrado de Dautremer é o que aborda o texto em profundidade - e vai além, incluindo elementos extratextuais. *Alice in New York* destaca-se, sobretudo, porque a ilustração e a interação são os principais responsáveis por recontar a história, visto que o texto foi pouco modificado. Além disso, a versão digital mostrou-se mais interessante justamente nos pontos em que estabelece intertextualidades, parodiando ícones da cultura americana e criando vínculos fora da história, assim como a versão impressa.

O formato digital, por ainda não ter estabelecido amplamente sua linguagem, baseia-se primordialmente no funcionamento do livro impresso. É o caso do efeito adicionado às páginas de *Alice in New York*, que tentam imitar a aparência de uma página de papel velho, desgastado pelo tempo. De uma maneira geral, enquanto o livro digital não se desprender de convenções restritas ao impresso - como o virar de página, por exemplo - e focar nas qualidades próprias do virtual, dificilmente conseguirá atingir seu objetivo.

Edições ilustradas, como a de Rébecca Dautremer, não se adaptariam facilmente às limitações do formato digital. Ainda que seja possível dar *zoom* na imagem, os detalhes das ilustrações e também

sua totalidade se perderiam por obedecer ao formato menor da tela. Na verdade, toda experiência experimentada ao ter em mãos um livro grande, toda riqueza de sua materialidade, toda beleza das imagens ali impressas em papel espesso, para serem lidas e vivenciadas de perto no virar lento das páginas - grandes o suficiente para que o leitor sinta-se imerso nos cenários imaginários -, tudo isso seria suprimido.

Como foi visto, digital e *pop-up* aproximam-se na intenção de entreter o leitor com brincadeiras interativas diversas. Em contrapartida, distanciam-se (e muito) quanto à experiência tátil, ao uso da sensibilidade dos dedos e das mãos. No iPad, apesar de agir o tempo todo com os dedos, mãos e até com o movimento do corpo todo, o leitor toca uma superfície lisa e inexpressiva para a experiência tátil. Em contrapartida, na edição de Sabuda, o uso de diferentes papéis e outros materiais promove o desenvolvimento das habilidades táteis na criança. A tridimensionalidade *pop-up* desperta articuladamente os sentidos da visão e do tato: quando a página dupla abre-se, o mundo miniatura da ficção *pop-up* torna-se realidade; ainda que, por alguns instantes, existe no tempo e no espaço, pode ser visto e tocado.

Livros ilustrados como o de Rébecca Dautremer, por sua vez, mesmo não explorando de uma maneira literal essas possibilidades táteis, mantém a materialidade como força ativa, elemento essencial na experiência de leitura. Sobretudo, as qualidades do “olhar tátil”, desenvolvidas nas ilustrações poéticas e ricas em significados, detalhes, texturas, luzes e sombras, não pretendem estimular apenas os olhos e as pontas dos dedos, mas querem atingir o intocável: querem desmaterializar-se para habitar o imaginário; pretendem morar na imagem mental criada pelo leitor no mais íntimo de seu devaneio para, enfim, fixar-se para sempre do outro lado do espelho, como uma fotografia ou, simplesmente, como uma memória de infância eternizada.

Referências

AUMONT, Jacques. *A imagem*. Campinas: Papirus, 1995.

CARROLL, Lewis. *Alice*: edição comentada. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002. Introdução e notas de Martin Gardner.

CHEVALIER, Jean; GHEERANT, Alain. *Dicionário de símbolos*. Rio de Janeiro: José Olympio, 2009.

JOLY, Martine. *Introdução à análise da imagem*. São Paulo: Papirus, 2002.

LINDEN, Sophia Van der. *Para ler o livro ilustrado*. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

MEGGS, Philip B. *História do design gráfico*. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

OLIVEIRA, Rui de. *Pelos jardins Boboli*: reflexos sobre a arte de ilustrar livros para crianças e jovens. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

Edições ilustradas de Alice:

DAUTREMER, Rébecca. *Alice Au Pays Des Merveilles*. In: CARROLL. Paris: Gautier-Languereau, 2010.

SABUDA, Robert. *Alice no País das Maravilhas*. In: CARROLL. São Paulo: Publifolha, 2010.

KNEILE, Petra. *Alice New York*. 2011. Desenvolvido por Atomic Antelope. Texto de Carroll e desenhos de Tenniel adaptados.

Animação Desanimada; *poética em movimento de Sebastião Nunes*

Cássia Macieira¹

Resumo

A Animação Desanimada de Sebastião Nunes é transcrição da sua compilação de poesias. Esta, trata-se de uma obra polissêmica e oferece ao leitor imensa picturalidade e saturação pictórica, com colagens visuais (imagem e texto). À primeira vista a obra literária apresenta-se com aparência de storyboard e assim o texto “Animação Desanimada; poética em movimento de Sebastião Nunes” é o resultado de uma investigação a partir da indagação de Roland Barthes: “Por que não demolir a diferença entre a literatura e a pintura, porque não renunciar à pluralidade das artes, para afirmar, mais enfaticamente, a pluralidade dos textos?” Assim; instaura-se a retomada da tradição do *ut pictura poesis* e das relações entre as linguagens.

Palavras-chave

transcrição; letra e imagem; colagem.

A *Animação Desanimada* de Sebastião Nunes, imagem em movimento, 12 minutos de duração, 2004, apresenta pequenas narrativas originadas de sua obra literária Antologia Mamaluca. Esta, também representada pelo diretor Álvaro Apocalypse do Grupo Giramundo Teatro de Bonecos, em 2004, no Festival de Inverno da UFMG, do qual criou o espetáculo, *Antologia Mamaluca*, e assim: livro, adaptação e encenação - três operações a partir do mesmo texto. Têm-se aí a contaminação das linguagens, prerrogativa de Roland Barthes (uma advertência em sua obra *S/Z*); “*Por que não demolir a diferença entre a literatura e a pintura, porque não renunciar à pluralidade das artes, para afirmar, mais enfaticamente, a pluralidade dos textos?*” e assim o texto de Antologia Mamaluca além da sua pluralidade, com suas colagens carregadas de sentido, de imensa picturalidade da obra, com colagens, tanto verbais, picturais, quanto visuais (imagem e texto) - saturação pictórica pode ser contemplada em livro de artista; teatro de bonecos e animação.

Tanto Nunes quanto Apocalypse apropriaram do tom de festividade e humor em suas obras. Em seus mosaicos de citações debocham do poder e especialmente da classe média. A tradução da obra literária para o texto teatral e conseqüentemente a Encenação tem como prioridade o tom carnavalesco, que talvez confirme o desprezo pelos cânones. Ao transpor signos da obra literária para a encenação teatral – a transposição - foi definida por Roman Jakobson como sendo aquele tipo de tradução que “*consiste na interpretação dos signos verbais por meio de sistemas de signos não verbais*”, ou, *de um sistema de signos para outro, por exemplo, da arte verbal para a música, a dança, o cinema ou a pintura*”², ou vice-versa. Assim Álvaro Apocalypse cria duas obras a partir do

1 Doutoranda em Literatura Comparada pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e professora no curso de Design da Fumec. Mestre em Artes Visuais (UFMG).

2 PLAZA, Júlio. *Tradução Intersemiótica*, introdução.

texto de Sebastião Nunes - obra textual e visual, com atores, bonecos, cenário, figurino, narração e diálogos. A transposição feita por Álvaro é de modo particularíssimo, pois inventa personagens que não existem na obra original e cria blocos de narrativas de textos fragmentados nuneanos.

O espetáculo Antologia Mamaluca é um produto híbrido-literário, multi-fragmentado, colagem de colagem e devoração antropofágica. *“Uma fronteira fluída entre informação e pictorialidade ideográfica, uma margem de criação. È nesses intervalos que o meio adquire a sua real dimensão, a sua qualidade, pois cada mensagem engole canibalisticamente (como cada tecnologia) as anteriores, já que todas estão formadas pela mesma energia”*³. Oriundos do texto de Nunes que faz uso das paródias, palavras inacabadas e cortes abruptos, abusando das rimas e da métrica, de forma irônica e metalinguística. Pode-se afirmar que a obra nuneana é de imensa picturalidade, com excesso de colagens criadas com Letraset, textos pequenos e expandidos, fotos jornalísticas precárias, palimpsestos, fotografias manchadas, arranhadas e sangradas, adicionadas a piadas do cotidiano. Com sua subversão, Nunes provoca o leitor e o cânone literário, negando os padrões pré-estabelecidos, às vezes, suavizados com provérbios ingênuos, cantigas e espaços brancos mallarmeanos. Em sua “parafernália imagética”,⁴ o espaço branco é pouco, pois é preciso que a letra e a imagem transbordem – uma provocação contra a invisibilidade e uma recusa ao vazio.

A obra literária Antologia Mamaluca, vol.I e II de Sebastião Nunes – compilação de poesias, texto e imagem apresentam-se em um mesmo espaço, se imbricando, podendo ser uma relação de oposição, subordinação, coordenação ou fusão, o que nos faz retomar a tradição do *ut pictura poesis*, mesmo hoje, possibilitando o entendimento, de como se dá as relações entre as linguagens, evocando a *antiga teoria horaciana que aproxima a literatura das demais artes*⁵ no qual, ainda aparece no século XXI, indiciando as críticas entre a similaridade ou irmandade entre poesia e pintura.

Herança de Mallarmé que inaugurou a estética da leitura múltipla do texto do qual Sebastião Nunes apropria-se e a reapresenta como “apropriação indébita”.⁶ A dimensão da tipografia, as letras em caixa alta, parênteses deslocados herdados de várias fontes, o universo popular brasileiro são traduzidos em transgressão. A rapidez da mensagem publicitária e as narrativas jornalísticas parecem determinar o ritmo de suas poesias, o que se justifica pelo excesso de fragmentos textuais que dialogam com imagens às vezes simplórias. Essa anarquia de Sebastião Nunes é dadaísta e também um terrorismo cultural, destituída de sentido lógico, e com o qual os modernistas da primeira geração se deleitaram – o “homem infantil, quixotesco, ocupado com os jogos de palavras e com figuras gramaticais”. Nunes, aparentemente, nega o ideal clássico da simetria e do equilíbrio e preenche as entrelinhas, os espaços internos dos caracteres, como nas capitulares zoomórficas e antropomórficas, presentes em quase todas as suas obras.

Em Animação Desanimada – há uma tentativa de frame animados mas eles parecem estar congelados e uma câmera passa por eles, desanimando o leitor – mais um jogo do poeta. Com voz em off o narrador completa a obra aproximando-a da transcrição de Alvaro Apocalypse que também recorreu à voz que dá suporte ao jogo cênico. Assim, a obra Animação Desanimada antecipa o e-book mas não avança como na animação do mesmo autor: a poesia visual “Work in progress” do qual; não há texto, somente desenhos de ratos roendo um cérebro. A sujeira representada pelo rato que de *frame a frame* invade, corrói, devora e ocupa o conhecimento (cérebro). Essa poesia-quase-filme foi publicada no *Suplemento Literário*, em 1969, no *Jornal do Brasil*, em 1973, e no *Jornal Estado de Minas*, em 1979, e ainda foi inserida no documentário de Rodolfo Magalhães, no qual o

3 idem, p.13.

4 OLIVEIRA, Fabrício Marques de. *Guerrilha mamaluca*, p. 26.

5 OLIVEIRA, Solange. *Literatura e artes plásticas; O Kunsterroman na ficção contemporânea*, p.7.

6 Prefácio de Sebastião Nunes. NUNES, Sebastião. *Antologia mamaluca*. p. 2, volume I.

poeta escreve, anima o seu desenho (dá movimento aos fragmentos), realizando seu desejo:

Desde que eu fiz o primeiro livro, o segundo livro de poesia, em 1970, eu já queria transformar, esses poemas visuais meus em desenho animado. Basicamente eu peguei uma utópica, quadro a quadro, que uma imagem vai entrando na outra, uma certa lentidão pra dar, o que é falso mesmo, mas então não tem muito uma escolha, a priori do que eu ou fazer ou como fazer ou pra que meio fazer. (TELES, 1986, p. 130).

A imagem do rato roendo um cérebro é recorrente nas obras de Nunes, podendo ser encontradas pequenas partes em *Cidade de Deus*, na capa do *Decálogo da classe média*. “Work in progress” traz uma nota: “consiste, este work, numa tentativa de tornar mais claro, lúcido, degustável, inteligível e comovente o *Decálogo*”, afirmando o seu estilo debochado.⁷

Nessa obra, nota-se humor gráfico, e a simplicidade do resultado retoma, desse modo, conceitos da antropofagia, identificado por Raúl Antelo como dispersão, pois para ele, os antropófagos buscam “a dispersão porque seu desejo de fragmentação se institui através da guerra [guerra de saberes, guerra de linguagens]”.⁸ Junto com o procedimento das colagens, os modernistas herdaram da vanguarda europeia o “instinto de nacionalidade, também pelo viés da arte”.⁹

Na antropofagia nuniana, de rato devorando cérebro, de linguagem devorando outra linguagem, o poeta convida o leitor à interação: “a linguagem literária (reconhecimento do codex) invade o domínio de outra linguagem (frames ou storyboard). Da obra total: a Animação Desanimada; pode-se dizer que é uma obra híbrida, no qual o poeta vai do livro ao filme de animação com “o mesmo traço, a mesma mão [que] vai da caligrafia à figuração”.¹⁰ O autor, com o seu olho implacável, “devassador e dissecador de signos, olho-corrosão, abarcador de coisas finais, cria sua poesia de leiaute, da lei do olho”,¹¹ com sua estética seca e direta, renomeia, recita, traz imagens óbvias e repetidas, recontextualizando-as. Seu gesto é análogo ao jogo irônico de Apollinaire, ao “apagar lucidamente as mais velhas oposições de nossa civilização alfabética: mostrar e nomear; figurar e dizer; reproduzir e articular; imitar e significar; olhar e ler”.¹² Para Fabrício Marques, Nunes exige um leitor atento e defende que ele:

está preocupado com a eficácia de sua interferência, faz questão de incomodar, precisa do alto padrão de layout, fotolito, impressão, letreset, e dá o verniz do design ao lixo de que se apropria. Nesse sentido o design gráfico compõe o quadro de elementos fundamentais do seu texto, ao lado das técnicas publicitárias e jornalísticas e das citações. (OLIVEIRA, 2004 , p.16)

Ao criar suas animações Sebastião Nunes exibe seu domínio gráfico e realiza um gesto triplo: poesia visual de desenhos em formato de *storyboard* (estético/literário), *storyboard* (roteiro) como função, e, ainda, uma obra híbrida – livro só de ilustrações (livro de artista). Aproxima-se dos procedimentos dos concretistas, quando, na década de 1990, em parceria com o Laboratório de Sistemas Integráveis da Escola Politécnica da USP. Nomeado de Vídeo-Poesia – Poesia Visual, animam poemas de Júlio Plaza, irmãos Campos, Décio Pignatari e Arnaldo Antunes. No entanto, Fabrício Marques defende que a produção poética de Sebastião Nunes de fato está “vinculada a certos elementos visuais, mas não da maneira como foi postulado pela poesia concreta, ou mesmo pelas variadas manifestações da poesia visual (poema processo, poesia experimental ou alternativa, arte postal ou gestual, grafismo, leticismo)”.¹³ Ele ainda pontua que, para entender as imagens e os textos de Nunes, formados da mesma substância, deve-se levar em conta “os atributos imagéticos

7 NUNES, Sebastião. Work in progress nº 2. encarte.

8 ANTELO, Raúl. *Transgressão e modernidade*, p. 266.

9 BITARÃES NETTO, Adriano. *Antropofagia oswaldiana*, p. 19.

10 ARBEX, Márcia. *Poéticas do visível*, p. 29. Aplico, aqui, a visão da autora em contexto semelhante.

11 FOUCAULT, Michel. *Isto não é um cachimbo*, p. 23.

12 MARQUES, Fabrício. *Sebastião Nunes*, p. 50.

13 MARQUES, Fabrício. *Sebastião Nunes*, p. 51.

que existem na própria palavra, assim como o que a imagem tem em comum com a palavra”.¹⁴ Augusto de Campos, ao ser interrogado sobre como se dá o encontro da tecnologia e da poesia ou se a poesia se adapta à linguagem do vídeo, responde:

O que a gente observa é que há uma compatibilidade muito grande entre este tipo de sintaxe espacial, mais reduzida, que foi o modelo, digamos assim, das experiências da Poesia Concreta, e a linguagem do vídeo. Ocorre o seguinte: o texto muito longo, muito discursivo, fica muito cansativo e até difícil de ler no vídeo, no estágio em que está a imagem hoje. E esta linguagem mais ágil, que não tem muitos conectivos, de curso não-linear, ela é apropriada para o vídeo, então há uma certa facilidade de adequação. Por outro lado, você tem o som e a imagem. Isto tudo parece que dá muito certo. (ARAÚJO,1999, p.53)

A fusão ou encontro de linguagens no mesmo poema, já inaugurada pela vanguarda europeia na década de 1920, e mesmo hoje, confirma o encantamento da letra, ao extrapolar o papel e contaminar outros suportes. Retoma, ainda, o desdobramento da antiga teoria horaciana que aproxima a literatura das demais artes,¹⁵ reaparecendo no final do século XX, indiciando as críticas entre a similaridade ou irmandade entre poesia e pintura, que nos faz, também, retomar a tradição do *ut pictura poesis*, possibilitando o entendimento de como se dão as relações entre linguagens. Em “Rato rói cérebro”, no “festejamento” da sujeira, as páginas, ao serem folheadas rapidamente, tal como as poesias visuais, mostram vocação de serem animadas, sua propensão para o cinema de animação. Tal gênero já é, em si, híbrido, por evocar movimento, ruído e som em sua estrutura verbal.

Nunes, como os poetas concretistas, é um “designer da linguagem”¹⁶ – definição de Décio Pignatari para referir-se aos efeitos plásticos nos poemas de Augusto de Campos –, pelo fato de buscar em suas produções uma combinação fônico-gráfica, por meio de uma seleção minuciosa de tipos de letras estilizadas para representar o elemento verbal. Segundo Augusto de Campos, a evolução tecnológica ocorrida na imprensa, como a Letraset, mais maleável, foi essencial para se chegar a uma forma “verbivocovisual”,¹⁷ na qual foi possível ampliar os recursos de impressão, potencializando a “materialidade plástica dos vocábulos, a sua tipografia e a sua topografia no papel”.¹⁸ Os concretistas praticavam o poema como uma unidade totalmente estruturada, de maneira sintético-ideogrâmica, na qual todos os elementos sonoros, visuais e semânticos estavam em jogo – daí a expressão “verbivocovisual”, neologismo inventado por James Joyce e apropriado pelos concretistas para designar o aspecto material da linguagem poética.

Lúcia Santaella defende que “toda poesia escrita é visual, mas nem toda poesia escrita tem apelo visual”¹⁹ e, na Animação Desanimada de Nunes a imagem substitui o texto sem desconsiderá-lo, apresentando uma correspondência de texto-imagem que se dá na recepção. Além dessa articulação, também surpreende o leitor a semelhança que ocorre entre os desenhos e as formas que ele faz surgir, como nos efeitos precários de um iniciante. Desse modo, a singularidade nuniana, consiste, assim, em provocar o leitor visualmente, através das colagens carregadas de humor e, ainda, ideológicas, em sua subjetividade política, visa a algo que está “além do nível estético, o que está atrás do texto, ou seja, o mundo intelectual, político, em que se insere o seu caráter semiótico”.²⁰ Sua visão desencantada/encantada do Brasil, ora em papel, ora em movimento, é um percurso obsessivo no qual vai à exaustão da linguagem, provocando leituras múltiplas do mesmo texto que já nasce

14 MARQUES, Fabrício. *Sebastião Nunes*, p. 51.

15 OLIVEIRA, Solange. *Literatura e artes plásticas; o Künstlerroman* na ficção contemporânea, p. 7.

16 ARAÚJO, Ricardo. *Poesia visual – Vídeo poesia*, p. 38.

17 ARAÚJO, Ricardo. *Poesia visual – Vídeo poesia*, p. 38-39.

18 ARAÚJO, Ricardo. *Poesia visual – Vídeo poesia*, p. 39.

19 MARQUES, Fabrício. *Sebastião Nunes*, p. 49.

20 MOREIRA, Wagner José. *Aurea mediocritas*, p. 84.

múltiplo em mãos nuneana.

Em *Antologia mamaluca* I e II, há imensa saturação do texto de diferentes signos e o diálogo entre texto e imagem encontra-se desde a oposição, subordinação, coordenação até a fusão da colagem visual. Os signos apresentam um auto grau de picturalidade, acompanhados de narrativas curtas, palavras inacabadas, cortes abruptos, frases soltas, provérbios, paratextos, palavras e imagens deslocadas da publicidade.

O título *Mamaluca* é justificado com uma epígrafe, marcando a obra com seu caráter político e contestador, logo na apresentação do volume 1:

“O cruzamento do branco com o índio produziu uma raça mestiça, excelente pela sua energia, coragem, sobriedade, espírito de iniciativa, constância e resignação em sofrer trabalhos e privações. Infelizmente, estas boas qualidades morais são compensadas por um defeito quase constante: o da imprevidência ou indiferença pelo futuro. O **mamaluco**, como o índio seu progenitor, não capitaliza, nada poupa. Para ele, o mês seguinte é como se não existisse”. Couto de Magalhães, n’O Selvagem. (NUNES, S., 1989,v.1, p. 3)

Na compilação de folhetos, cartazes, envelopes com poesias, *Antologia mamaluca* 1 e 2, ambos reúnem 352 páginas de gêneros anticonvencionais. No volume 1, as poesias são: “O suicídio do ator”, “Finis operis”, “Última carta da América”, e na outra metade do livro, “Poesias”, impresso de cabeça para baixo, também chamada de “*Poesias em estilo New Romantic ou mesmo Pornô Nouveau*”. No volume 2: “Papéis higiênicos”, “A velhice do poeta marginal”, “Serenata em B menor”, “Zovos”, “A cidade de Deus” e, impresso de cabeça para baixo, o poema inédito “Áurea mediocritas”.

As relações estabelecidas entre texto, variações tipográficas, desenhos, fotos, em ambas as antologias, convidam o leitor à interação, uma vez provocado pelo reconhecimento de um ou vários signos, pois “a linguagem literária invade o domínio de outras linguagens, ao mesmo tempo que se deixa penetrar por elas”.²¹ A “rede de textos”²² apresenta várias apropriações verbais, como paráfrases, paródia e pastiche além de práticas intertextuais de citações, alusões, epígrafes e referências, como nas cantigas de rodas infantis do poema “Carneirinho carneirão”, que ironiza ao pintar alguns carneirinhos de preto e chamá-los de ovelhas negras, acompanhadas de uma caveira que vai aumentando de tamanho no deslizar das páginas. Nesse poema, ele antecipa a poesia com uma epígrafe – “Montar um poema alegórico sobre ovelhas negras (e brancas) é óbvio, redundante e inútil”²³ – e potencializa sua intenção no subtítulo: “permutação em torno de ditadores, puxassacos e o resto da corte”.²⁴

Em “Blábláblá ecumênico”, no volume 2, as páginas apresentam os retratos de Homero, Dante, Shakespeare e outros que ocupam quase todo o espaço. E, em sua transgressão, o poeta cria uma legenda que não corresponde à imagem, como a de um militar do século passado, o qual ele nomeia de “jovem jornalista paulista, séc. XX d.C.” e poetiza: “trata-se de um pobre coitado, que jamais conseguirá atingir a limpidez e a depuração semiológica que nós alcançamos”.²⁵ Em “Áurea mediocritas”, no volume 2, desmascara o discurso do poder, divertindo o leitor com seus títulos: “Campos do poder”, “O homem mais rico do Brasil”, “Funcionários funcionais”, “Primas damas” e “Altíssima société”, entre outros.

A obra é híbrida e fragmentada, com vestígios da publicidade, o que justifica sua imensa picturalidade: sangramentos das imagens, diagonais, texto pequeno e imagem expandida, ou o inverso,

21 PAULINO; WALT; CURY. *Intertextualidades: teoria e prática*, p. 20.

22 PAULINO; WALT; CURY. *Intertextualidades...*, p. 22.

23 NUNES, S. *Antologia mamaluca*, v. 2, p. 36-41.

24 NUNES, S. *Antologia mamaluca*, v. 2, p. 36.

25 NUNES, S. *Aurea Mediocritas*, v.1, p.?

fotos jornalísticas precárias, palimpsestos, fotografias manchadas e arranhadas. O resultado é um “processo de leitura simultânea com possibilidades sincrônicas e diacrônicas”,²⁶ mas desconstruída pela adição de provérbios e piadas do cotidiano. A dimensão da tipografia, as letras em caixa alta, parênteses deslocados herdados de várias fontes, o universo popular brasileiro são traduzidos em transgressão. A rapidez da mensagem publicitária e as narrativas jornalísticas parecem ser o ritmo de *Antologia mamaluca*, o que se justifica pelo excesso de poesias curtas que dialogam com imagens às vezes simplórias, negação do ideal clássico da simetria, e com o desequilíbrio no preenchimento dos espaços internos dos caracteres, como nas capitulares em formas zoomorfas e antropomorfas; pura textualidade – mas imersa numa perspectiva plástica.²⁷



FIGURA 3 - Capas de *Antologia mamaluca* I e II (1992)

26 MOREIRA. *Aurea mediocritas...*, p. 57.

27 OLIVEIRA, F. *Guerrilha mamaluca: um estudo da poesia de Sebastião Nunes a partir da articulação entre poesia e técnica*, p. 138.

Wagner Moreira, em *Aurea mediocritas: evidências de uma tradição. Estudo da poética de Sebastião Nunes*, associa a subversão dos textos de Nunes à da carnavalização, vista sob a ótica de Júlia Kristeva em *Introdução a semanálise*. Segundo ele, a autora

“coloca como estrutura carnavalesca” o indício de uma cosmogonia que tudo explica em e pela relação com o todo; permanece como substrato, freqüentemente desconhecido ou perseguido pela cultura ocidental; apresenta-se dialogicamente, por meio de repetições, oposições não-exclusivas, etc; contesta Deus, autoridade e lei social. A ambigüidade da palavra “carnavalizada” pode expressar, simultaneamente, o trágico e o cômico, a cena e a vida, o gozo e o sonho, o discurso e o espetáculo.²⁸ (MOREIRA, 1994, p.129)

Pode-se dizer que este mecanismo está presente em toda a construção poética de *Antologia mamaluca* e de *História do Brasil* na confirmação do desprezo pelo cânone, ao buscar o tom de festividade e humor debochando do poder e especialmente da classe média; ao “desorganizar [a] política e socialmente os discursos e fatos, exteriorizando os conflitos do momento”,²⁹ estabelecendo uma relação dialógica.

Sobre o diálogo no discurso, pode ser evocado o gênero sério-cômico³⁰ – a sátira menipeia, a qual não foi uma decomposição do diálogo socrático, como alguns afirmam, pois suas raízes remontam diretamente ao folclore carnavalizado, cuja influência decisiva é ainda mais significativa.³¹ Para Júlia Kristeva: “o diálogo socrático não existiu por muito tempo; gerou diversos gêneros dialógicos, inclusive a menipéia, cujas origens se encontram também no folclore carnavalesco”.³²

O diálogo socrático, impregnado de cosmovisão carnavalesca, conservou o “método propriamente socrático de revelação da verdade e a forma exterior do diálogo registrado e organizado em narrativa”.³³ É essa verdade que se oporá com o monologismo oficial, dono de uma verdade acabada, e propiciará a ideia do processo de comunicação dialógica. E, quando o diálogo socrático passou a servir a concepções dogmáticas do mundo já acabadas de diversas escolas filosóficas e doutrinas religiosas, perdeu toda a relação com a cosmovisão carnavalesca. A síncri e a anácri e foram dois procedimentos do diálogo socrático, que converteram o pensamento em diálogo, exteriorizando-o e incorporando-o à comunicação dialogada entre os homens. O primeiro é a confrontação de diferentes pontos de vista sobre um determinado objeto. O segundo, os métodos pelos quais se provocavam

28 MOREIRA. *Aurea mediocritas*, p. 127.

29 MOREIRA. *Aurea mediocritas*, p. 127.

30 “A entrada de elementos cômicos na prosa e na poesia foi facilitada pelo fato de, já no começo da época imperial de Roma, estarem extintas as comédias grega e romana. Só o mimos e o pantomimus têm vida efetiva na época imperial” (Gracejo e seriedade na literatura medieval. Cap. “O fim da Antiguidade”. In: CURTIUS. *Literatura européia e idade média latina*).

31 BAKHTIN. *Problemas da poética de Dostoiévski*, p. 113: “Esse gênero deve a sua denominação ao filósofo do século II a.C. Menipo de Gádara, que lhe deu a forma clássica (suas sátiras não chegaram até nós mas Diógenes Laércio informa sobre as suas denominações). No entanto, o termo, enquanto denominação de um determinado gênero, foi propriamente introduzido pela primeira vez pelo erudito romano do século I a.C., Varro (trata-se de Marco Terêncio Varro-116-27 a.C., escritor romano), que chamou à sua sátira de ‘saturae menippeae’. Mas o gênero propriamente dito surgiu bem antes e talvez o seu primeiro representante tenha sido Antístenes, discípulo de Sócrates e um dos autores dos ‘diálogos socráticos’. ‘Sátiras menipeias’ foram escritas também pelo contemporâneo de Aristóteles, Heracleides Pôntico, que segundo Cícero, foi ainda o criador do gênero *logistoricus* (uma combinação do ‘diálogo socrático’ com histórias fantásticas). Mas o indiscutível representante da sátira menipeia foi Bión de Boristenes, ou seja das margens do Dniepr (século III a.C.). Depois em Menipo, que deu ao gênero melhor definição, vindo em seguida Varro, de cujas sátiras chegaram até nós inúmeros fragmentos. Uma ‘sátira menipeia’ clássica é Apolokyntosys Claudii de Sêneca. O Satiricon, de Petrônio, não passa de uma ‘sátira menipeia’ desenvolvida até os limites do romance. A noção mais completa do gênero é, evidentemente, aquela que nos dão as ‘sátiras menipeias’ de Luciano que chegaram perfeitas até nós (embora elas não se refiram a todas as variedades desse gênero). São uma ‘sátira menipeia’ desenvolvida da Metamorfoses (O Asno de Ouro) de Apuleio (assim como a sua fonte grega, que conhecemos pela breve exposição de Luciano). Um protótipo muito interessante de ‘sátira menipeia’ é também o *Romance de Hipócrates* (primeiro romance epistolar europeu). A evolução da ‘sátira menipeia’ na etapa antiga é concluída pela Consolação da Filosofia, de Boécio. Encontramos elementos de ‘sátira menipeia’ em algumas variedades do ‘romance grego’, no romance utópico antigo, na sátira romana (em Lucrécio e Horácio). Na órbita da ‘sátira menipeia’ desenvolveram-se alguns gêneros cognatos, geneticamente relacionados com o ‘diálogo socrático’: a diatribe, o gênero *logistoricus* a que já nos referimos, o soliloquio, os gêneros aretológicos, etc.”

32 KRISTEVA. *Introdução à semanálise*, p. 86.

33 KRISTEVA. *Introdução à semanálise*, p. 109.

as palavras no outro, levando a externar sua opinião, ou seja, a técnica de provocar a palavra pela própria palavra, ao contrário, da sátira menipeia, que provocava pela situação do enredo.

O diálogo socrático e a sátira menipeia prepararam algumas condições de gênero para o surgimento da polifonia ao mesmo tempo que o discurso carnavalesco, subversivo, ultrapassou a lógica do discurso codificado, criando espaço para a palavra poética, “só realizável plenamente à margem da cultura oficial”.³⁴ Bakhtin o defende como modelo de consciência e única esfera possível da vida e da linguagem. Criou conceitos como: a linguagem assumida pelo sujeito,³⁵ as diferentes vozes, o inacabamento, a descentralização de uma voz que rege as outras vozes, a experiência etc., todos confirmando o caráter real do funcionamento da linguagem, os quais, absorvidos ou reelaborados pelo romance, encontraram na sátira menipeia um senso da experiência e um conjunto de formas bem adaptadas para comunicar a sua percepção dialógica da verdade.³⁶

O gênero sério-cômico era diferenciado, pelos antigos, dos gêneros sérios (a epopeia, a tragédia, a história, a retórica clássica e outros), por possuírem profunda relação com o folclore carnavalesco, sendo alguns variantes literários diretos deles, na versão oral. “A cosmovisão carnavalesca que penetra totalmente esses gêneros, determina-lhes as particularidades fundamentais e coloca-lhes a imagem e a palavra numa relação especial com a realidade.”³⁷

Mesmo que seja forte o elemento retórico no gênero sério-cômico, ele muda essencialmente o clima de alegre relatividade da cosmovisão carnavalesca, pois “debilitam-se a sua seriedade retórica unilateral, a racionalidade, a univocidade e o dogmatismo”.³⁸ Bakhtin defende que essa “cosmovisão carnavalesca” é dotada de poderosa força vivificante e transformadora e de uma vitalidade indestrutível, a qual será o elemento que o distinguirá dos outros gêneros.

Pode-se entender a “carnavalização”³⁹ à literatura que sofreu influência de diferentes modalidades de folclore carnavalesco, antigo ou medieval, direta ou indiretamente, independentemente de quais foram os elos mediadores. Bakhtin considera como a primeira peculiaridade de todos os gêneros sério-cômicos o tratamento que eles dão à realidade, “a atualidade viva”.⁴⁰ A segunda é a libertação da lenda, da fantasia livre, baseando-se “conscientemente na experiência”,⁴¹ criando uma reviravolta na imagem literária. Uma terceira seria a pluralidade de estilos e a variedade de vozes de todos esses gêneros: “eles renunciam à unidade estilística (em termos rigorosos, à unicidade estilística) da epopéia, da tragédia, da retórica elevada e da lírica.” Caracterizam-se pela politonalidade da narração, pela fusão do sublime e do vulgar, do sério e do cômico”,⁴² do qual surgem diferentes disfarces do autor.

Para Mikhail Bakhtin, o caráter ideológico do monologismo se opõe ao dialogismo – condição e princípio constitutivo de todo discurso e também característica essencial da linguagem. Originada da interação verbal, com enunciador e enunciatário, eu e tu, (no espaço do texto), possibilita a visibilidade das diferentes vozes sociais. Esta interação verbal entre sujeitos, resultante de persuasão ou interpretações que se estabelecem no texto, participa da construção dialógica de sentido. “Nessa

34 KRISTEVA. *Introdução à semântica*, p. 66.

35 KRISTEVA. *Introdução à semântica*, p. 71.

36 MORSON; EMERSON. *Mikhail Bakhtin: criação de uma prosaística*, p. 483.

37 MORSON; EMERSON. *Mikhail Bakhtin: criação de uma prosaística*, p. 107.

38 MORSON; EMERSON. *Mikhail Bakhtin: criação de uma prosaística*, p. 107.

39 BRANDÃO. *A poética do Hipocentauro*, p. 14. “Nos meios especializados, ainda é lugar-comum considerar Luciano como um autor de sátiras menipeias, o que se deve, em parte, à obra de Bakhtin, que, de um lado recupera a produção luciânica, situando-a, junto com o diálogo socrático, como uma das fontes da literatura carnalizada, por outro, toma-a somente como um dos representantes do gênero inaugurado por Menipo. (...) Menipo fornece, de fato, a Luciano, matéria satírica, que ele reelabora em seu diálogo cômico, utilizando também formas e motivos tomados da comédia.”

40 BAKHTIN. *Problemas da poética de Dostoiévski*, p. 107.

41 BAKHTIN. *Problemas da poética de Dostoiévski*, p. 108.

42 BAKHTIN. *Problemas da poética de Dostoiévski*, p. 108.

perspectiva, o sujeito deixa de ser o centro da interlocução que passa a estar não mais no eu nem no tu, mas no espaço criado entre ambos, ou seja, no texto”.⁴³ Trata-se da dialogização interna da palavra, que é perpassada sempre pela palavra do outro; ou seja, o enunciador não está sozinho no discurso, assim sendo, as relações de sentido são estabelecidas entre dois enunciados.

Para Bakhtin, a “linha carnavalesca” ou percepção carnavalesca de mundo traz para a literatura a ambivalência do riso, este, relacionado com o riso antigo, no sentido ritual da ridicularização, no qual se resolvia o inacessível na forma do sério. Esta liberdade legalizada do riso⁴⁴ favorecia a paródia sacra, a dos textos e rituais sagrados. Também na paródia, elemento inseparável da sátira-menipéia,⁴⁵ do mundo às avessas e de caráter também ambivalente.

Nesse contexto do riso, a “Epígrafe interessantíssima”, do volume 1 de Antologia Mamaluca, com título parodiado do “Prefácio interessantíssimo” da *Paulicéia desvairada* de Mário de Andrade, traz de início a desobediência literária: “Leitor: Está fundado o Desvairismo. Este prefácio, apesar de interessante, inútil.”⁴⁶ O interessantíssimo da Epígrafe da *Antologia mamaluca* é que a capitular da primeira letra é uma letra-imagem, e a última letra, o “t” de escritura, é substituída por um anjo barroco abre os braços. Na capitular “M”, da palavra “muita”, duas feras devoram aves compridas, o que contribui para a legibilidade da letra como antropofagia, o que se repete na apropriação da citação de Albert Camus, em versos, em letras bem pequenas: “M, de METAFÍSICA. Ex.: ‘Não gosto de falar a sério. Porque, nesse caso, só há uma coisa da qual se pode falar: a justificativa que se dá à própria vida.’ ALBERT CAMUS.” Esse “não gosto de falar a sério” também se aproxima do “apesar de interessante, inútil”, no qual o autor, nas vozes de Camus e Mário de Andrade, fala do fazer poético, também presente na última frase da poesia de Nunes: “desculpem a falha técnica da escritura”.



Nunes, “Epígrafe interessantíssima” – parte da obra Poesias de *Antologia Mamaluca*

43 FIORIN. *Dialogismo, polifonia, intertextualidade*, p. 3.

44 BAKHTIN. *Problemas da poética de Dostoiévski*, p. 127.

45 BAKHTIN. *Problemas da poética de Dostoiévski*, p. 127.

46 ANDRADE, M. *Paulicéia desvairada*, p.11.

A “Epígrafe interessantíssima” não é uma epígrafe convencional, pois, esta que deveria ocupar o lugar do enunciado de forma curta no início da obra literária ou do capítulo, o autor a transforma em poesia, dando-lhe autonomia. São dois quartetos e um verso no final, no qual o autor assume a sua voz (negritos apostos):

Muita gente tem medo de assombr**ão**.
Muita gente tem medo de ladr**ão**.
Muita gente tem medo de avi**ão**.
Muita gente tem medo até de palavr**ão**.
Mas como o assunto aqui é literat**ura**.
(esse perfumado aborto da **cultur**)
(essa sutilíssima câmara de **tortur**)
(esse tresloucado gesto de **ternur**)
desculpem a falha técnica da escrit**ura**.

Há rimas externas, pobres e previsíveis – identidade nas vogais tônicas “ão” e “ura”, e uso de anáforas – “muita gente tem medo” e no segundo verso a repetição “esse”. Não são regulares porque não obedecem a nenhum esquema e o autor brinca e faz uso excessivo na rima dos substantivos. Esse recurso mnemônico da repetição do “ão/ura”, e “gratuidade das agramaticalidades”⁴⁷ e sonoridades, aproveita os recursos fonéticos e experimenta o uso comum da rima e a “concepção domesticada da poesia”.⁴⁸ Há ainda o estranhamento da desinência “ura”, pois Sebastião Nunes dá ao leitor somente o “ur”, mas como todas as palavras são presentes no cotidiano, ele deixa que o leitor as complete. Como afirma Décio Pignatari, “o poeta faz linguagem fazendo poema”;⁴⁹ e Maiakovski; “Poeta é justamente o homem que cria as regras poéticas”.⁵⁰

Sebastião Nunes não efetua em Animação Desanimada esses jogos malharmáticos de Epígrafe Interessantíssima e tampouco explora a câmera e seu *travelling*, mas o poeta, com sua estética anacrônica, ainda inquieta leitores com as contaminações e fusões de diferentes linguagens. Na transcrição - criação (imagem em movimento) de criação (compilação de poesias), não houve ressignificação, ou seja, o surgimento de novos signos e assim, a obra literária que é rica na saturação de imagens e colagens com signos políticos, polifônica, polissêmica apenas foi “animada” em Animação Desanimada.

47 Termo usado por Myriam Ávila no estudo da rima *nonsense* em *Alice no país das maravilhas*.

48 CÍCERO. Poesia e paisagens urbanas, p. 21.

49 PIGNATARI. Comunicação poética, p. 6.

50 MAIAKOVSKI. *Poética*: como fazer versos, p. 13.

Referências:

- ALCIDES, Sérgio. Almanaque à socapa. *Rodapé*. Revista de Crítica de literatura brasileira contemporânea. n. 1, p. 139-151, nov. 2001.
- ANTELO, Raúl. *Transgressão e modernidade*. Ponta Grossa: Ed. UEPG, 2001.
- ARAÚJO, Ricardo. *Poesia visual – Vídeo poesia*. São Paulo: Perspectiva, 1999.
- ARBEX, Márcia (Org.). *Poéticas do visível: ensaios sobre a escrita e a imagem*. Belo Horizonte: Programa de Pós-Graduação em Letras: Estudos Literários, Faculdade de Letras da UFMG, 2006.
- ARBEX, Márcia. *Intertextualidade e intericonicidade*. As relações entre pintura e literatura vistas a partir do surrealismo. Disponível em: <<http://www.letras.ufmg.br/site/publicacoes/acesso> em 20/02/2012.
- ÁVILA, Myriam. *Rima e solução*. A poesia nonsense de Lewis Carroll e Edward Lear. São Paulo: Annablume, 1995.
- BARTHES, Roland. *O grau zero da escritura*. São Paulo: Cultrix, 1971.
- BITARÃES NETTO, Adriano. *Antropofagia oswaldiana: um receituário estético e científico*. São Paulo: Annablume, 2004.
- CAMPOS, Augusto de. *A margem da margem*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- CÍCERO, Antônio. Poesia e paisagens urbanas. In: PEDROSA, Célia (Org.). *Mais poesia hoje*. Rio de Janeiro: 7Letras, 2000.
- DELEUZE, Gilles. GUATTARI, Felix. *Kafka – por uma literatura menor*. Tradução Júlio Castañon Guimarães. Rio de Janeiro: Imago, 1977.
- FOUCAULT, Michel. *Isto não é um cachimbo*. Tradução Jorge Coli. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.
- JACQUES, Paola Berenstein. *Estética da ginga*. A arquitetura das favelas através da obra de Hélio Oiticica. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2003.
- MARQUES, Fabrício. *Sebastião Nunes*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.
- MOREIRA, Wagner José. *Aurea mediocritas: evidências de uma tradição*. Estudo da poética de Sebastião Nunes. Dissertação (Mestrado em Literaturas de Língua Portuguesa) - Instituto de Ciências Humanas da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 1994.
- NÓBREGA, Mello. *Rima e poesia*. Rio de Janeiro: INL-MEC, 1965.

NUNES, Benedito. *Oswald canibal*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1979.

NUNES, Sebastião. *Antologia mamaluca 1 & Poesia inédita*. Sabará: Edições Dubolso, 1989.

OLIVEIRA, Fabrício Marques de. *Guerrilha mamaluca*. Um estudo da poesia de Sebastião Nunes a partir da articulação entre poesia e técnica. Tese (Doutorado em Literatura Comparada) - Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2004.

OLIVEIRA, Solange. *Literatura e artes plásticas; o Künstlerroman na ficção contemporânea*. Ouro Preto: Editora da UFOP, 1993.

TELES, Gilberto Mendonça. *Vanguarda européia e modernismo brasileiro*. Apresentação dos principais poemas, manifestos, prefácios e conferências vanguardistas, de 1857 a 1972. Petrópolis: Vozes, 1986.

Referências videográficas:

1. *Antologia Mamaluca* – vídeo de 40 minutos, onde registra a Encenação do Grupo Giramundo gravada em Itabira MG feito pela Prefeitura de Itabira/ MG em 2004.
2. *Provocação* – vídeo de 16 minutos sobre a obra de Sebastião Nunes. Roteiro de Ana Flávia Dias Salles, direção: Rodolfo Magalhães; direção de arte: Cristiane Zago; Trilha sonora: Ricardo Aleixo e Gil Amâncio, 2000.
3. *Animação Desanimada* – Animação de 12 minutos a partir da obra literária Antologia Mamaluca. Animação, roteiro, ilustrações de Sebastião Nunes. Edição e Consultoria: Cristiane Zago; Consultoria: Chico de Paula; Trilha sonora: Ricardo Aleixo e Gil Amâncio, 2004.

A imagem de Simão Bacamarte em *O alienista* sob o olhar dos quadrinhos

Irani Gomes da Silva¹
Ivone Gomes da Silva²

Resumo

A partir de duas adaptações em quadrinhos da obra *O Alienista*, de Machado de Assis, este artigo analisa o perfil do personagem central Simão Bacamarte, construído por César Lobo e Luiz Antônio de Aguiar, Fábio Moon e Gabriel Bá. O objetivo do artigo não é abordar questões psicológicas de sua persona, o que não é de nossa competência, mas investigar como os quadrinistas retratam e evidenciam a imagem desse médico obcecado pela ciência e pela mente humana. Da mesma forma, investiga a construção de sua imagem e de um ethos discursivamente forjado e suas nuances. E com base nos elementos e recursos das HQ's, analisa a composição da imagem e dos elementos que a acompanha.

Palavras-chave

ethos; imagem; quadrinhos.

Introdução

A leitura das obras de Machado de Assis provoca há tempos a imaginação seja nos mais leigos e admiradores, seja nos estudiosos mais dedicados e ler uma obra tão genial como *O Alienista*, ainda mais pelos quadrinhos, também nos proporciona infinitas investigações. Embora ainda haja quem diga que quadrinhos é leitura infanto-juvenil, ou ainda, como nos lembra Elísio Roberto Santos (2002, p. 20) “[...] ler Histórias em Quadrinhos pode parecer uma atividade muito simples, que qualquer criança pode fazer.” A verdade é que desconhecem o poder que este gênero possui para encantar e alimentar a alma e a imaginação. Entretanto, é importante deixar bem claro desde já que quadrinhos devem ser lidos e considerados como uma linguagem autônoma, pois possuem características e elementos próprios.

Se a obra original já provoca nossas conjecturas, termos outras possibilidades de leitura instigam ainda mais nossa imaginação. A adaptação do livro *O Alienista*, de Machado de Assis, por César Lobo & Luiz Antônio de Aguiar (2007), Fábio Moon & Gabriel Bá (2007), são bons exemplos disso. Em suas adaptações eles narrarão a saga de um médico austero, que usa a população de uma cidade do interior do Rio de Janeiro como estudo de caso, com o propósito de aprofundar seus estudos da mente humana. No entanto, sabemos que as adaptações, salvas características que lhe

1 Graduada em Letras (Bacharelado) pela Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais.

2 Bacharel em Design Gráfico pela Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais.

são peculiares, abordam sob aspectos diferentes a imagem do personagem principal de Machado de Assis. A partir desses aspectos o presente artigo fará uma breve análise nas adaptações a fim de evidenciar tais dispositivos, nos estudos da imagem, a fim de retratar como os quadrinistas trabalham essas características pelo viés das histórias em quadrinhos.

É importante salientarmos que, embora a História em Quadrinhos seja uma narrativa sequenciada, extrairemos apenas alguns trechos para salientarmos os aspectos mais importantes, além disso, nosso objetivo não é entrar em questões psicológicas na análise da personalidade deste personagem, o que não é de nossa competência, mas investigar como os autores de quadrinhos evidenciam, de modo irreverente, a imagem de um médico que, a priori, deveria tratar da sanidade mental de uma população e não subvertê-la. Para explorarmos um pouco a respeito de sua imagem ou seu ethos discursivo e as nuances que circundam sua imagem contaremos com a pesquisadora da ciência da linguagem, Ruth Amossy (2005). O pesquisador Jacques Aumont (2006), nos auxiliará na investigação da composição da imagem e os recursos que a acompanham. E em busca de um entendimento melhor desse outro gênero da linguagem, os quadrinhos, bem como os recursos de que utilizam para evidenciar a identidade de Bacamarte pelo olhar dos quadrinhos, contaremos com pesquisadores como Paulo Ramos (2010, 2012), Will Eisner (2005), Waldomiro Vergueiro (2011) dentre outros.

Simão Bacamarte: um homem acima de qualquer suspeita breve resumo da história

A história, se passa numa cidade do interior do Rio de Janeiro, chamada Itaguaí, provavelmente em meados dos século XVIII onde chega um médico, Dr. Simão Bacamarte, nobre e respeitadíssimo que havia estudado em Coimbra e Pádua e retornara ao Brasil. Aqui, entrega-se aos estudos das ciências humanas e se casa com a Dona Evarista, uma jovem de vinte e cinco anos, já viúva e que não lhe dá filhos, embora reunisse condições “fisiológicas e anatômicas” para ser mãe. Interessado nas patologias psíquicas e ao perceber que na cidade havia algumas pessoas “perturbadas”, pede licença à câmara da cidade para a construção de uma casa para tratamento desses “casos suspeitos”. A permissão é concedida e é construída a Casa Verde. O médico interna pessoas comuns, com reconhecimento social e até a esposa. Ao perceber seus exageros, alguns moradores, como o barbeiro Porfírio, organizam um motim. Por sua influência e seu discurso altamente persuasivo e legitimado Bacamarte consegue a internação de muitos revoltosos, incluindo Porfírio. Após alguns desdobramentos e exageros ele conclui então, que o mal da loucura está nas pessoas justas e equilibras e recolhe-se a casa verde para estudar e a tratar de si mesmo: “A questão é científica”, dizia ele; “trata-se de uma doutrina nova, cujo primeiro exemplo sou eu. Reúno em mim mesmo a teoria e a prática”. Ao final da história dizem que o médico morreu dezessete meses após trancar-se na casa verde e foi sepultado com honras e solenidades.

Obras literárias adaptadas para a linguagem dos quadrinhos

Conforme Vergueiro (2011), as adaptações de obras literárias para os quadrinhos não é uma novidade exclusiva dos últimos anos no Brasil. Publicadas nas décadas de 50 e 60 pela extinta Editora Brasil-América (EBAL) os clássicos literários, como por exemplo, *Iracema* e o *Guarani* - José de Alencar; *Gabriela, Cravo e Canela* - Jorge Amado e *Menino de Engenho* – José Lins do Rego foram publicados na forma de séries. Atuaram neste período quadrinistas importantes para história dos quadrinhos no Brasil: Nilo Cardoso, Aylton Thomaz, Gutemberg Monteiro, dentre outros,

alcançando com isso um grande sucesso junto ao público. Esse fenômeno volta a ocorrer, com maior expressividade, no início do século 21, muito estimulado, principalmente, pelo apoio governamental por meio da inclusão de obras de quadrinhos na lista do Programa Nacional Biblioteca da Escola (PNBE,) do governo federal e que contribuiu para aumento da demanda de obras quadrinizadas direcionadas para escala educacional.

Segundo Paulo Ramos (2012), nos critérios definidos pelo PNBE as adaptações literárias foram privilegiadas dentro do processo de seleção, estimulando inclusive editoras que não possuíam tradição na produção de quadrinhos, a publicarem, possibilitando que este gênero ganhasse grande projeção, além de favorecer o crescimento de um novo segmento de mercado para atuação de quadrinhistas no país.

Como o governo federal tendia a priorizar adaptações literárias nas seleções, começou uma corrida do ouro para inclusão de algum título na lista (...). A febre gerou até alguns casos inusitados, como quatro versões de “O Alienista” entre 2006 e 2008. Uma delas, feita pelos irmãos Gabriel Bá e Fábio Moon, venceu o Premio Jabuti, um dos principais do meio editorial brasileiro (RAMOS, 2012, p.243).

Conforme citou Ramos, embora essa febre tenha gerado uma busca, quase que descontrolada, de adaptações, nem sempre aproveitadas significativamente pelas escolas, podemos verificar a ascensão de bons quadrinhistas que estavam “esquecidos” no cenário brasileiro. Esse processo proporcionou o conhecimento de ótimos trabalhos como as adaptações de *O Alienista*. Ainda segundo Ramos (2012), a adaptação em quadrinhos de *O Alienista* dos irmãos Fabio Moon e Gabriel Bá, publicada pela editora Agir, foi lançada em 2007 e sagrou-se vencedora em 2008 do Prêmio Jabuti, um dos mais relevantes para mercado brasileiro na categoria álbum didático e paradidático de ensino fundamental ou médio. Foi incluída no ano de 2009 na lista do PNBE que distribui livros em quadrinhos às escolas do ensino médio e fundamental. Já a segunda adaptação de César Lobo e Luiz Antônio de Aguiar, lançada em 2008 na Bienal Internacional do Livro de São Paulo, foi a quarta edição da obra adaptada no Brasil e a segunda a concorrer em 2009 ao Prêmio Jabuti, na categoria “ilustração de livro infantil ou infanto-juvenil”, embora não tenha saído vencedora.

A função do personagem na HQ

A análise de produções em quadrinhos baseadas em obras literárias deve focalizar as suas características particulares, ou seja, devemos partir do princípio que quadrinhos não são literatura, que assim sendo constitui uma linguagem autônoma. “Quadrinhos são quadrinhos. E, como tais, gozam de uma linguagem autônoma, que usa mecanismos próprios para representar os elementos narrativos. Há muitos pontos comuns com a literatura, evidentemente. Assim como há também com o cinema, o teatro e tantas outras linguagens (RAMOS, 2010, p.17). De maneira complementar Lielson Zeni (2009, p.133) ressalta: “[...] por mais que as histórias em quadrinhos lidem com palavras e seja possível aplicar teorias literárias para análise de sua estrutura narrativa, elas não são literatura”. Elas são histórias em quadrinhos “[...] assim como o filme *Memórias póstumas de Brás Cubas* não é literatura na telona” (grifos do autor). E de acordo com os autores acima, quadrinhos, assim como todo gênero, possui características intrínsecas que não podem ser inseridas em conceitos literários, embora partam de uma narrativa literária. Baseados nos conceitos de quadrinhos acima citados, como uma linguagem autônoma, as abordagens de estudo aplicadas às obras de literatura em quadrinhos devem considerá-la, não sob a sombra da obra que lhe deu origem, mas considerar as características que distinguem quadrinhos e literatura e neste sentido, aproveitando quando necessário, da aproximação existente entre elas para propiciar uma leitura diferenciada.

Dessa maneira, as histórias em quadrinhos são um meio essencialmente visual em que há o predomínio da imagem nos signos que as acompanham, evidenciando como fator marcante na comunicação. No intuito de facilitar o acesso à determinada informação estas representações imagéticas são simplificadas propiciando a rápida assimilação por parte do leitor das ideias vinculadas à mensagem. Conforme Ramos (2010, p. 123) “A imagem do personagem, independente do estilo do desenho, possui uma gama de informações. A roupa, o cabelo, os detalhes e o formato do rosto, o tamanho do corpo, tudo é informação visual.” Os estereótipos empregados são recursos que evocam a *memória do leitor*, que ao serem reproduzidos constantemente transformam-se em importantes ícones da linguagem visual empregados no desenvolvimento dos fatos narrados. No tocante ao estereótipo, Amossy (2005, p. 125) nos lembra que o conceito é, antes de tudo, de caráter social. Segundo a pesquisadora,

[...] a ideia prévia que se faz do locutor e a imagem de si que ele constrói em seu discurso não podem ser totalmente singulares. Para serem reconhecidas pelo auditório, para parecerem legítimas, é preciso que sejam assumidas em uma doxa, isto é, que se indexem em representações partilhadas. É preciso que sejam relacionadas a modelos culturais pregnantes, mesmo se tratar de modelos contestatórios.

Nesse sentido, a imagem, ou o ethos que o público tem do sujeito é aquela construída e partilhada socialmente e culturalmente. Vejamos o exemplo de Simão Bacamarte. Seu ethos científico, a princípio seria incontestável devido a representação que as pessoas tem de um médico, “doutor da saúde”, por isso, a identificação do ethos desse personagem é instantânea. E não é apenas a imagem que contribui para esse reconhecimento, Bacamarte também se apóia no poder discursivo que lhe é peculiar. Amossy (2005, p. 120) acrescenta ainda que “Na realidade, o poder das palavras deriva da adequação entre a função social do locutor e seu discurso: o discurso não pode ter autoridade se não for pronunciado pela pessoa legítima a pronunciá-lo em uma situação legítima, portanto, diante dos receptores legítimos.” Ou seja, Simão diante da função social que lhe é dada, estudando e cuidando dos doentes, sendo um médico especializado, é também portador de um trato com as palavras que convence até as autoridades que há loucos o suficiente para serem internados. É essa manipulação que o faz ser um “porta-voz autorizado”, como denomina Amossy, alguém que convence, legitima suas ações, sua imagem e seu ethos de autoridade no assunto, por isso torna-se um homem incontestável, inicialmente.

Além disso, todos os elementos que o caracterizam devem ser explorados pelo quadrinhista de maneira que o leitor, por meio de suas experiências, reconheça como sendo próprias do personagem retratado. Estes padrões de referência também reúnem características físicas (forma de andar, de se vestir) e psicológicas (calmo, nervoso) que determinam a maneira de ser do personagem e de se portar diante das situações ao longo da narrativa. Dessa maneira, a escolha do traço mais apropriado para retratá-los, está diretamente associada a capacidade que o quadrinhista tem de observar contextos sociais, comportamentos e, principalmente, o tipo de ideia que pretende instigar no leitor. Para Juan Acevedo (1990, p.21) “[...] os personagens são os sujeitos da ação. Sobre eles, desenrola-se a história que está sendo contada.” Sendo assim, suas características falam de um universo próximo do humano, repleto de significações com todas as suas diversidades e contradições a serem constantemente exploradas por mentes habilidosas.

As capas em *O Alienista*

Considerando que a identidade visual é o que representa singularmente e visualmente um dado objeto ou personagem (PEÓN, 2003) sendo, portanto, o que o diferencia dos demais, o título das adaptações reflete em suas formas a síntese do que viria a ser a temática, extraída da obra original.

Segundo Eisner (1989), a letra ou o tipo nos quadrinhos podem assumir características expressivas que auxiliam no entendimento da construção da história, contribuindo, assim, no clima da narrativa. Analisando os aspectos plásticos que compõem os títulos das adaptações podemos observar que para construção do logotipo (identificação do título) na adaptação de Lobo e Aguiar foram desenhados os caracteres da fonte com “ruídos visuais” o que causa uma perturbação na leitura dos mesmos e nos permite fazer uma associação com sua temática central: loucura.



Esse “ruído” pode ser notado tanto pelo desajuste na composição de cada letra, cujas formas sofrem uma quebra e, além disso, podemos notar um contraste provocador na posição do último caractere “A”. Ainda temos o trabalho com as cores preta e vermelha numa percepção sinuosa de sentimentos. Farina (2011, p. 98), em seu intenso trabalho simbólico das cores nos revela que a cor preta “[...] é a ausência de luz e corresponde a buscar as sombras e a escuridão. É a cor da vida interior sombria e depressiva. Morte, destruição, temor estão associados a ela.” Do modo o vermelho, na sua influência no campo da medicina pode receber a conotação de uma cor que “Estimula as emoções. Perturba o equilíbrio de pessoas normais; produz nervosismo, mau temperamento, fortes dores de cabeça, morbidez, degradação moral. Superestimula o sistema nervoso.” (FARINA, 2011, p. 112). Diante do exposto, o título nos sugere que o tema traz uma carga semântica demasiadamente forte, tanto pela associação de cores que podem conotar sentimentos perturbadores, quanto pela própria instabilidade que está presente na composição das letras. Na adaptação de Moon e Bá, os caracteres ganham traços gestuais em sua composição. A perturbação se apresenta na forma de traços agudos e imprecisos. Observemos o título abaixo:



Notemos que a presença do ‘o’ em minúsculo, insinua um contraste de composição em relação aos outros caracteres e aliado à agudeza da forma nos tipos, também suscita esse caráter perturbador que o tema conduz. Dondis (2007, p. 157) afirma que essa agudeza “[...] como técnica visual está estreitamente ligada à clareza do estado físico e à clareza de expressão.” Assim, podemos supor que ao aplicar essa técnica os quadrinhistas evidenciaram a intenção de provocar no leitor essa atmosfera perturbadora em sua obra. As capas, como poderão ser observadas na FIGURA 1, destacam, por sua vez, a dualidade presente nas adaptações quando focalizam o perfil do protagonista. Na adaptação de Lobo e Aguiar é possível perceber que, sob aparência de homem distinto e estudioso, também existe um ser envolto por sombras, sinalizando assim, o que ainda será revelado. A luz e a sombra já assumem na obra papel relevante para se compreender o desenrolar da trama.



Figura 1 – Capas das adaptações de *O Alienista*.

Moon e Bá dão ênfase à ciência e à razão (posturas assumidas pelo personagem central que é apresentado estudando/escrevendo), também podem ser percebidas pelo jogo de contrastes de tamanho entre os elementos que compõem a capa: o cérebro e os livros, em primeiro plano, em comparação ao personagem que surge no plano de fundo, em menor evidência. Isso nos permite aferir que a loucura “este mal a ser curado, receberá uma abordagem clínica, ou seja, a relação entre homem e ciência será a tônica que conduzirá a narrativa. No jogo entre luz e sombra é possível perceber que o personagem está inserido no campo que está iluminado, aqui ele representa o ser instruído, que se debruça sobre os mistérios da mente humana, representado pelo cérebro, envolto pela escuridão do desconhecido. Esse contraste entre luz e sombra que ocorre nas duas capas, ocorre também de modo similar no decorrer da narrativa, mais à frente teremos a oportunidade de verificar esse jogo ao longo dos trechos analisados. É importante salientar que esses recursos também são estratégicos quando reside a intenção de chamar a atenção do leitor para as obras. Dondis (2007, p. 118), nos chama a atenção quanto a isso: “como estratégia visual para aguçar o significado, o contraste não só é capaz de estimular e atrair a atenção do observador, mas pode também dramatizar esse significado, para torná-lo mais importante e mais dinâmico.” Como nosso objetivo é salientar a duvidosa psique do Dr. Simão Bacamarte, pelos quadrinhos, procuramos apenas buscar evidências de sua insanidade do começo ao fim da obra, não esquecendo, é claro, das inúmeras estratégias que a circundam.

Doutor bacamarte um homem insano do começo ao fim...

Simão Bacamarte chega a Itaguaí com o firme propósito de desvendar os segredos da mente humana e para isso vai conduzir a narrativa com um discurso altamente científico, acima de qualquer suspeita. Na representação de Lobo & Aguiar, FIGURA 2, notemos que o ambiente recebe uma alegoria repleta de objetos que se encontram em volta do médico. Esses objetos reafirmam seu ethos (AMOSSY, 2005) científico e incontestável como os livros, um feto imerso em um vidro, ampulheta, um microscópio, um crânio e outros, representando um homem dedicado aos estudos e às ciências.



Figura 2 – As alegorias que circundam o personagem.

A mesma cena em Moon e Bá, FIG. 3, a imagem recebe um tratamento mais envelhecido, talvez numa intenção de retratar uma narrativa do passado, mas notemos que a construção do contraste entre claro e escuro começa a se delinear. Será igualmente interessante introduzir alguns recursos empregados para a leitura dos quadrinhos Há aqui um enfoque nos personagens numa tomada de “plano médio ou aproximado” que segundo Ramos (2010, p. 139) sua função é destacar as expressões faciais dos personagens. Aqui, no início da trama, os autores também nos deixam pistas deste traço insano de Bacamarte; seus olhos sempre estão cobertos literalmente pelos óculos. Isso nos sugere uma imagem obscura e negativa de sua personalidade. No entanto, na representação anterior, de Lobo e Aguiar, é destacado o “plano geral ou panorâmico” que dará enfoque em todo o ambiente (RAMOS, 2010, p. 137). Outra pista interessante se refere ao posicionamento do médico na obra de Lobo e Aguiar. Ele quase sempre está de costas para o leitor, impossibilitando-o de “decifrar” suas expressões.



Figura 3 – Simão faz conjecturas sobre a saúde da alma.

Na FIG. 4, é um trecho referente ao momento em que o médico vai à Câmara da cidade solicitar a construção da Casa Verde. Segundo suas palavras “Todo louco furioso fica trancado num cubículo qualquer dentro de casa, maltratado, desnutrido, abandonado na escuridão até que a morte generosamente venha encerrar seu tormento. Quero mudar essa triste situação.” Seu discurso implacável aliado a uma imagem de benfeitor – aquele que promove o bem irá convencer a vereadores e moradores que o tormento desses e os outros “loucos” irá terminar. Na mesma cena, notemos que o médico está em uma posição de superioridade em relação aos vereadores da câmara, esse anglo de visão superior “*plongé*” (RAMOS, 2010, p. 143) reafirma seu ethos de superioridade e legitimidade. Nesse caso, a legitimidade é construída pela imagem de um profissional preocupado e que percebe a necessidade de tratar da saúde mental os loucos da pequena cidade de Itaguaí.



Figura 4 – Bacamarte e seu discurso científico em Lobo e Aguiar



Figura 4.1 - Bacamarte e seu discurso científico em Moon e Bá

Lembremos que a mesma cena, de Moon e Bá, na FIGURA 4.1, apesar de estarem em um plano de visão inferior na câmara em “contra-plongé” (RAMOS, 2010, p, 143), reaparece o contraste de luz e sombra, mas com aquele fecho de luz retomando a ideia do ser iluminado, esclarecido que irá tirar da escuridão os “outros loucos”. As cenas seguintes, das FIGURAS 5 e 5.1, representam um momento de tensão que aparentemente vive o Dr. Simão. Depois de inaugurar a Casa Verde e começar a internar qualquer pessoa da cidade, há um grupo que se rebela contra seus exageros e nesse conflito há onze mortos e vinte e cinco feridos. A seguir é possível verificar que há uma gradação de planos, partindo do médio, indo para o primeiro plano e finalizando com o “close-up” (RAMOS, 2010, p. 140), dando importante ênfase ao que Eisner (1989, p. 42) denomina “diálogo visual.” Aumont (2006, p. 140) afirma que o close “[...] transforma o sentido da distância, levando o espectador a uma proximidade psíquica”. E acrescenta ainda: “[...] materializa quase literalmente a metáfora do *tato visual*” (grifo do autor). Este é, portanto, o único momento, desta adaptação, em que o leitor possui um “diálogo visual”, embora translucidamente, com olhar de Bacamarte. Mesmo assim é uma representação sombria e temerosa.



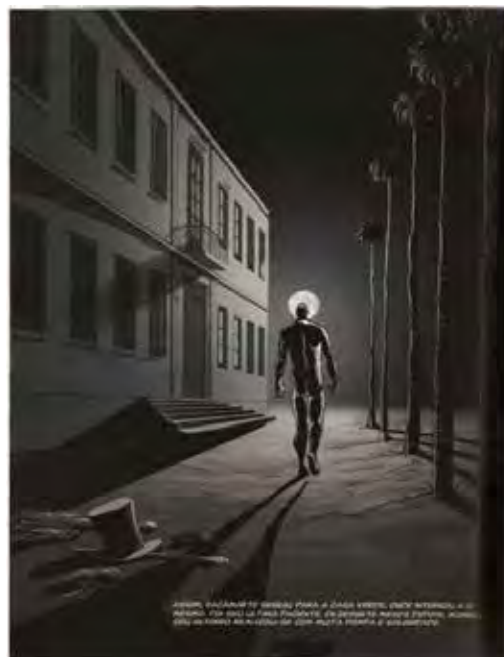
Figura 5 – Bacamarte e suas perturbações em Moon e Bá



Figura 5.1 – Bacamarte e suas perturbações em Lobo e Aguiar

Nas FIG. 5.1 e 6, revelam-se um outro “eu” ou uma “persona” que também dá voz ao personagem que o acompanha em quase toda a narrativa da obra de Lobo e Aguiar. Esse “eu” nos sugere o afloramento da insanidade do médico, estimulado por uma figura obscura, mergulhada na sombra e na escuridão. Nota-se também que sua representação e sua fala está envolvida pela escuridão e pelo traço quase diabólico desta figura. Além disso, temos uma ênfase na expressão em itálico “... *É só insânia!*”, reforçando a ideia de insanidade. Ao longo dos trechos analisados percebemos que as letras eram compostamente neutras como em grande parte da narrativa das adaptações, ou seja, conotando o comportamento racional do médico. Ao ser utilizado o itálico sua forma sai do “grau

Finalmente o médico redescobre seu perfeito juízo e se interna na casa em que construiu para abrigar o único louco que realmente existia na cidade: ele mesmo. Desse modo, podemos observar nas FIGURAS 7 E 8, que os quadrinistas finalizam suas adaptações com a confirmação que desde o início vai nos direcionando, de ser o Doutor Bacamarte um lunático em potencial, como na representação na obra de Lobo e Aguiar. Notemos logo depois, a cena final de Moon e Bá recorrendo novamente ao contraste de sombra e luz, inferindo agora que o homem “iluminado” se entrega ou retorna a escuridão que sempre o acompanhou durante toda a narrativa e que estava diante dos nossos olhos deixando a luz para aqueles que não participavam da convicção científica de Bacamarte.



150



Figura 8 – Cena final na adaptação de Moon e Bá.

Considerações finais

Ficou evidente, pelos trechos das adaptações analisadas, que ler uma obra adaptada não significa ler a original. São perspectivas e linguagens diferentes e que devem ser consideradas pelo leitor. Ler *O Alienista*, sem ler o livro não satisfaz porque os Quadrinhos, por sua linguagem direta e simples proporciona ao leitor mais desatento, uma falta da qual não pode ser atribuída à sua linguagem. A linguagem é simples, mas ler quadrinhos não é tão simples assim. É preciso conhecer sua “sintaxe” e seus elementos, além do conhecimento das questões sociais e culturais.

Nosso objetivo, ao analisar esses trechos, era mostrar que desde o início os autores já deixavam pistas da questionável sanidade de um médico que se entrega, literalmente, ao estudo e análise da mente humana. Pudemos notar que desde o título sua imagem seria perturbadora. De acordo com os trechos observados percebemos, da mesma maneira, que o contraste entre luz e sombra foi uma característica visual que sempre evidenciou esse lado insano de Bacamarte. A partir da rebelião esse lado se exacerba nas adaptações deixando bem evidente essa doença da alma que acomete o médico. Moon & Bá usam bastante o contraste de luz e sombra, embora se utilizem de um recurso muito sutil para evidenciar que Simão era um homem perturbador: a obscuridade dos olhos. Os quadrinhistas, ao longo da obra vão deixar transparecer os olhos do médico apenas em dois momentos, deixando a cargo do leitor essa percepção. Se os “olhos são o espelho da alma”, poderíamos dizer que, nessa adaptação, o médico refletiu sua imagem. Lobo e Aguiar preferiram intensificar as alegorias em toda a narrativa e, ao mesmo tempo, aflorar a expressão do “eu” de Simão Bacamarte para revelar uma perturbação que acometia e acompanhava o médico desde as primeiras páginas delineando o contraste entre seu ethos e sua psique insana. Assim, pudemos discernir e entender um pouco mais de um gênero que participa do contexto literário brasileiro, mas que não é literatura, que traz uma linguagem repleta de características que estão aí a nossa disposição para novas descobertas, e provocações.

Referências

- ACEVEDO, Juam. *Como fazer histórias em quadrinhos*. (português). São Paulo: Global, 1990. 214p.
- AMOSSY, Ruth. *Imagens de Si no Discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005.
- ASSIS; Machado de. O Alienista. <www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObra/Form.do?select_action=&co_obra=1939> acesso em 15 de Nov. de 2012.
- AUMONT, Jacques. *A Imagem*. 11ed. São Paulo: Paripus, 2006. 317p.
- DONDIS, Donis A. *Sintaxe da Linguagem Visual*. 3ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007. 236p.
- EISNER, Will. *Quadrinhos e arte sequencial*. São Paulo: Martins Fontes, 1989. 154p.
- MOON. Fábio; BÁ. Gabriel. *O Alienista*. Rio de Janeiro: Agir, 2007. 70p.
- LOBO. Cesar; AGUIAR, Luiz Antonio. *O Alienista*. São Paulo: Editora Ática, 2007. 72p.
- PEÓN. Maria Luisa. *Sistemas de identidade Visual*. 3ed. Rio de Janeiro: 2 AB, 2003. 104p.
- RAMOS, Paulo. *A evolução do gibi – a nova cara dos quadrinhos no Brasil*. São Paulo: Devir Livraria, 2012. 518p.
- RAMOS, Paulo. *A leitura dos quadrinhos*. São Paulo: Editora Contexto, 2010. 157p.
- SANTOS, Roberto Elísio dos. *Para reler quadrinhos Disney: linguagem, evolução e análise de HQs*. São Paulo: Paulinas, 2002. 313p.
- VERGUEIRO, Waldomiro; SANTOS, Roberto Elísio dos. (Org.) *A história dos quadrinhos no Brasil: análise, evolução e mercado*. São Paulo: Laços, 2011. 272p.
- ZENI, Lielson. Literatura em Quadrinhos. In: VERGUEIRO, Waldomiro; RAMOS, Paulo. (org.). *quadrinhos na educação: da rejeição à prática*. São Paulo: Editora Contexto, 2009, 127-158p.

O cinema sob a ótica da Teoria da Informação

Análise do filme Amnésia

Mara Martha Roberto¹

Resumo

Este artigo tem como objetivo apresentar uma análise do discurso cinematográfico sob a ótica da Teoria da Informação, e sua releitura para a linguagem gráfica do cartaz de cinema, utilizando a semiótica peirceana.

Nosso objeto de estudo trata de uma experiência didática, realizada na disciplina Semiótica aplicada ao Design, ministrada no 4º semestre do curso de Design da ESPM-SP. O artigo tem como recorte a experiência dos estudantes Alexandre Figueiredo Lopes e Lilian Ogussuko a partir do filme Amnésia (2000), de Christopher Nolan.

Amnésia apresenta roteiro e estrutura narrativa complexos, concebidos a partir da perspectiva do tempo, do repertório e da informação, o que torna a análise do filme e posterior recriação do cartaz, especialmente relevantes do ponto de vista dos resultados pedagógicos para o ensino da Semiótica e da Teoria da Informação e respectiva aplicação pelos estudantes de design.

Palavras-chave

Cinema; Design; Teoria da Informação; Semiótica Peirceana; Cartaz.

A experiência didática

A experiência didática apresentada neste artigo foi proposta na disciplina Semiótica aplicada ao Design, ministrada no 4º semestre do curso de Design da ESPM SP no 2º semestre de 2010. A disciplina tem como objetivos:

- desenvolver a habilidade do estudante para analisar discursos do ponto de vista da forma e do conteúdo, compreendendo suas implicações semânticas e pragmáticas;
- reconhecer e diferenciar tipos de signos e elaborar conexões entre projeto e as diferentes instâncias signícas;
- relacionar a teoria semiótica com a prática do Design, possibilitar o uso consciente dos elementos visuais, desenvolver símbolos e ícones eficazes para a comunicação e

¹ Mestre em Comunicação e Mercado pela Faculdade Cásper Líbero. Designer e professora RTI do curso de Design da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM SP).

- potencializar um discurso consistente sobre o projeto, valorizando-o desta forma em todas as suas etapas.

Entre os conteúdos abordados na disciplina, estão a Teoria da Informação e a Semiótica Peirceana.

Entende-se que, de forma geral, conceitos teóricos farão mais sentido para os estudantes de design na medida em que eles consigam relacioná-los com a prática da profissão, pois verifica-se, após muitos anos de docência, que estes têm preferências por caminhos pragmáticos em prejuízo da reflexão teórica.

A Semiótica, em suas várias vertentes, desenvolvidas nas primeiras décadas do século XX, de uma forma geral, é uma área do saber que ficou restrita, por longo período, à área da Linguística. Certamente, entre outros motivos, devido à aspereza dos termos utilizados, à falta de interlocutores e de bibliografia disponível. Muitos estudantes de Comunicação e Design, que tiveram esta disciplina nos seus cursos de graduação, consideram-na de terminologia de difícil entendimento e uso prático restrito.

A Teoria Matemática da Informação, como era chamada, foi desenvolvida nos anos 1940, durante a 2ª Guerra Mundial e foi incorporada no estudo da Comunicação por volta dos anos 1960. Hoje, termos da Teoria da Informação, como mensagem, ordem, repertório, ruído, redundância, são utilizados em linguagem coloquial, porém, muitas vezes, inadequadamente ou de forma restrita.

No sentido de aguçar o olhar do estudante, ao mesmo tempo provocando o interesse pelo tema e proporcionando-lhe ferramentas que lhe permitem analisar o discurso cinematográfico, propôs-se que os principais conceitos da Teoria da Informação fossem utilizados para uma análise cuidadosa do filme *Amnésia*, do diretor Christopher Nolan. Na sequência, considerando todos os signos que ajudaram a constituir a mensagem do filme, foi proposta a recriação do cartaz, que deveria conter na sua solução gráfica uma transmutação da linguagem cinematográfica. Para esta segunda fase do trabalho, a manipulação consciente dos conceitos fornecidos pela semiótica peirceana deveria estar presente na criação e posterior análise dos signos presentes no cartaz recriado.

Quando se fala em Informação no sentido restrito da teoria, estamos tratando de informação como algo ligado à dúvida, à incerteza. O que interessa à análise informacional, assim, não é saber o que diz uma mensagem, mas quantas dúvidas ela elimina” (COELHO NETTO, 2003, p.120). Nesse sentido é que foi elaborada uma lista de sugestões de títulos que provocassem dúvidas, filmes de maior originalidade em termos de argumento, direção, recursos imagéticos e estrutura narrativa. O filme escolhido pela turma foi *Amnésia*.

O filme *Amnésia*, *Memento*² no original (2000), do diretor Christopher Nolan, conta a história do personagem Leonard Shelby, interpretado pelo ator Guy Pearce, que, logo após o assassinato brutal de sua esposa, fica desprovido de memória recente, chamada de amnésia anterógrada³. A partir do ocorrido, passa a fazer uso de anotações, fotos *polaroid* e tatuagens para lembrar dos fatos e ajudá-lo na busca insana pelo provável assassino de sua mulher⁴.

Embora todos os filmes, como produtos de comunicação, apresentem elementos que possam ser vistos e revistos sob a Teoria da Informação, *Amnésia*, além de sua estrutura diferenciada e fragmentada em termos de ordem cronológica, apresenta uma narrativa complexa, concebida a partir da perspectiva do tempo, do repertório e da informação, que corroboram para justificar o estudo desse filme sob o olhar da Teoria da Informação.

2 [...] 3 marca ou nota que se usa para trazer alguma coisa à lembrança 4 p.met. caderneta us. Para apontamentos e notas que se deseja lembrar; memorando, memorial (HOUAISS, 2001, p.1890).

3 Amnésia Anterógrada: o indivíduo se lembra perfeitamente das ocorrências a longo prazo, porém não se recorda dos acontecimentos recentes. Normalmente ocorre por traumas cerebrais (Disponível em: <<http://www.brasilecola.com/doencas/amnesia.htm>>).

4 Uma sinopse mais detalhada do filme será apresentada na Análise do Filme.

Fundamentação

Não se pretende esgotar nesta fundamentação os conceitos das duas teorias presentes neste artigo, mas apenas destacar aqueles que foram usados na análise do trabalho proposto.

A Teoria da Informação

De acordo com o autor J. Teixeira Coelho Netto (2003), a Teoria Matemática da Informação, como era chamada, foi utilizada pela primeira vez nos anos 1940, em decorrência da Segunda Guerra Mundial. Teve sua origem na Biologia e na Matemática. Seu objetivo era “medir a quantidade de informação suportável por um canal em alguma circunstância, prever e corrigir as distorções passíveis de ocorrerem durante a transmissão, calcular o grau de receptividade” (idem, p.120). Foi na década de 1960 que se iniciou o debate sobre as origens e os fundamentos teóricos desta nova área, que começou a ser utilizada pelas Ciências Humanas.

O primeiro conceito a ser verificado é o de *Informação*. Como dito anteriormente, a informação existe em uma mensagem para reduzir as incertezas de um indivíduo. Desta forma, “quanto maior for a eliminação de dúvidas por parte de uma mensagem, melhor ela será” (idem). [...] “A dúvida, em princípio, gera a imobilidade, a informação surge como agente dissipador de incertezas e cujo objetivo é provocar uma alteração no comportamento das pessoas”. A alteração de comportamento pode ser interna (como uma mudança de opinião) ou externa (como a compra de um produto). Importante destacar aqui que “toda informação é uma mensagem, mas o inverso não é necessariamente verdadeiro” (idem).

“A *mensagem* é um grupo *ordenado* de elementos de percepção extraídos de um repertório e reunidos numa determinada *estrutura*” (MOLES *apud* COELHO NETTO, 2003, p.122) (o grifo é nosso). Citação da qual podemos extrair os termos *ordem*, *repertório* e *estrutura*.

O conceito de *ordem* é extremamente importante em uma mensagem, pois alguma ordem é imprescindível em um processo de comunicação, considerando que não é um conceito absoluto, mas relativo, pois alguma coisa está em ordem em relação a outra. A *estrutura*, ligada à ordem, é a “organização e combinação dos signos em uma determinada mensagem [...] Aquilo que permite identificar o idêntico na diferença ou a diferença no idêntico” (idem, p.126).

Adaptando os conceitos à leitura da linguagem cinematográfica, entendeu-se como *ordem* a unidade espaço-temporal de um filme — como se constitui a continuidade (sequência lógica), qual o tempo decorrido e em qual época se passa. Em um filme, podemos considerar como estrutura os elementos do roteiro (continuidade, sequências, diálogos, enquadramento, *layout*, macroestrutura, descrição das cenas), externas, *set*, cenografia, cores predominantes, figurinos, luz e trilha sonora.

Repertório define-se como o conhecimento formal e empírico, social e pessoal que um indivíduo constrói ao longo da vida. É o vocabulário e estoque de signos conhecidos e utilizados (memorizados) por um indivíduo (idem, p.123).

Quanto mais extenso o repertório da mensagem, maior o seu valor informativo e, conseqüentemente, maior a possibilidade de modificação de comportamento do receptor - no entanto, afetará um número menor de receptores. O inverso é verdadeiro - quanto mais restrito o repertório, menos modificações e maior a *audiência* - termo que se refere ao conjunto de respostas dos receptores aos conteúdos dos meios de comunicação. “Repertório e audiência estão numa proporção inversa um em relação ao outro” (idem, p.127).

A informação está ligada ao novo, logo maior repertório implica uma alta taxa de novidade e complexidade da mensagem. Dessa forma, quanto maior a *originalidade*, menor a *previsibilidade* e

maior a informação, sendo, novamente, o inverso verdadeiro.

Entretanto, equilíbrio entre originalidade e previsibilidade é algo que tem que ser ponderado pelo emissor da mensagem. A figura 1 mostra que é fundamental que haja uma parte de repertório em comum entre *emissor* e *receptor*, para que se estabeleça o fluxo de comunicação. Se ambos os repertórios forem idênticos, recobrimo-se por inteiro, não haverá mudança de comportamento do receptor, pois a mensagem não apresenta nada de novo. Em contrapartida, se não houver nada em comum entre os repertórios, também não haverá informação. Neste caso, acontecerá a *entropia*, que é uma medida de desordem introduzida em uma estrutura informacional. Entropia é a parte perdida da mensagem no processo de passagem do emissor para o receptor. Vemos então que o novo absoluto, originalidade máxima se transforma em incomunicabilidade da mensagem.

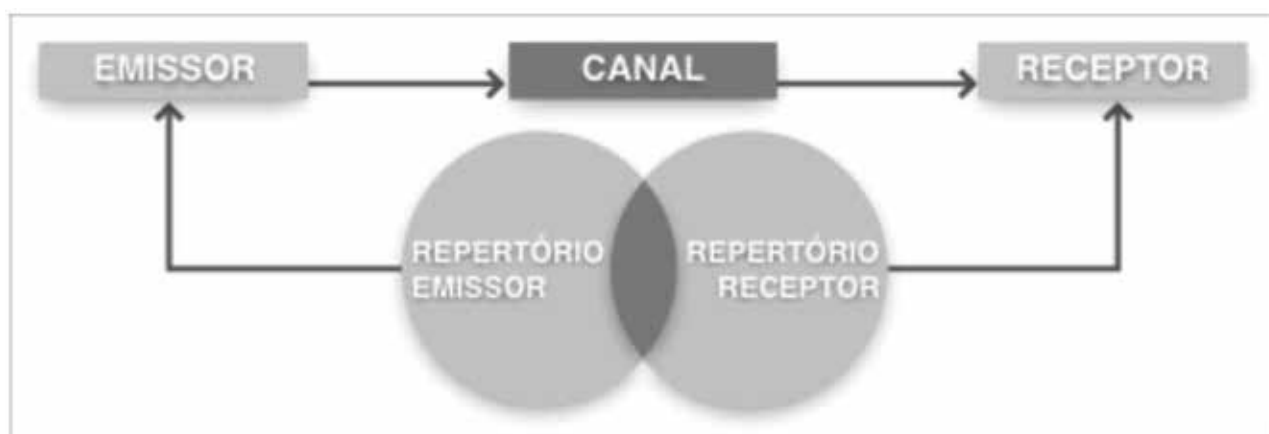


Figura 1: Condição mínima para que uma mensagem seja significativa. Fonte: Coelho Netto, 2003, p.14.

Um recurso utilizado para assegurar a inteligibilidade da mensagem e, também para produzir uma alteração de comportamento, é a redundância. Redundância “é o que é ‘dito’ (verbal ou graficamente, ou por outro meio qualquer) em demasia com a finalidade de facilitar a percepção e compreensão da mensagem” (idem, p.135). Novamente, há de ter um equilíbrio entre *redundância* máxima, total previsibilidade e informação nenhuma. Ela funciona “como um coeficiente de segurança da transmissão e recepção da mensagem” (idem, p.137), tendo como objetivo diminuir seus *ruídos*.

Os ruídos podem ser tanto *físicos* como *semânticos*. Quando intencionais, estes aumentam a taxa de originalidade da mensagem. Os ruídos físicos estão ligados ao *código*, os semânticos estão ligados à significação da mensagem. Um alto grau de ruídos torna a mensagem entrópica. Na mensagem artística, afirma Coelho Netto, a ausência de redundância e a imprevisibilidade são fundamentais para aumentar sua taxa de originalidade (idem, p.139).

A Semiótica Peirceana

Charles Sanders Peirce (1839/1914), “dedicou toda a sua vida⁵, ao desenvolvimento da lógica entendida como teoria geral, formal e abstrata dos métodos de investigação utilizados nas mais diversas ciências. A esta lógica ele deu o nome de semiótica” (SANTAELLA, 2002, p. XII).

A semiótica é a ciência que tem por objeto de investigação todas as linguagens possíveis, ou seja, que tem por objetivo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno como fenômeno de produção de significação e de sentido (idem, 1983, p.13).

⁵ Peirce escreveu 80 mil manuscritos e publicou em vida 12 mil páginas (SANTAELLA, 1983, p. 21)

Os estudos o levaram à conclusão que há três elementos formais e universais em todos os fenômenos que se apresentam à percepção e à mente, e nomeou-os como *Primeiridade*, *Secundidade* e *Terceiridade* (idem, p.7). A *primeiridade* é a categoria da qualidade ainda não distinguida, do sentimento sem reflexão. A *secundidade*, resultante da *primeiridade*, é a categoria da relação e reação e a *terceiridade*, a categoria da lógica, do pensamento (idem). Primeiridade (1)⁶, Secundidade (2) e Terceiridade (3) foram chamadas das 3 *Categorias do Pensamento e da Natureza*.

O *signo*, principal fenômeno estudado pela Semiótica, define-se sob ótica peirceana como: *primeiridade* (algo que se apresenta à mente), ligando à *secundidade* (aquilo que o signo representa) à *terceiridade* (o efeito que o signo irá provocar em um possível intérprete). Exemplificando, uma fotografia de uma pessoa é um signo, que representa um outro objeto - aquela pessoa de verdade -, chamado de *objeto do signo*, e que produz um efeito interpretativo em uma mente real ou potencial, efeito chamado de *interpretante do signo*. De posse do conceito de signo e da divisão triádica, foi criada a *Classificação dos Signos* (ver Figura 2).

		1	2	3
		PRIMEIRIDADE	SECUNDIDADE	TERCEIRIDADE
		SIGNO em relação consigo mesmo	Signo em relação ao seu OBJETO	Signo em relação ao seu INTERPRETANTE
1	PRIMEIRIDADE	Qualisigno	Ícone	Emocional
2	SECUNDIDADE	Sinsigno	Índice	Energético
3	TERCEIRIDADE	Legisigno	Símbolo	Lógico

Figura 2: Classificação dos signos (simplificada pela autora). Fonte: SANTAELLA, 1983, p. 62.

Observando a figura acima, vemos que o *Signo em relação consigo mesmo* (1) pode ser classificado nas 3 categorias, pois o signo exibe uma qualidade (1), está incorporado em algo (2) e faz parte de uma lei (3). Voltando ao exemplo acima, aquela imagem chega à minha visão; percebo que está incorporada em um papel; e que se trata de uma fotografia em preto e branco, 3x4cm, formato padrão para documentos (uma convenção).

Divide-se também em 3 categorias a forma que o *Signo se relaciona com seu objeto* (2). Se o signo tem uma relação de semelhança com o objeto que representa, é chamado de ícone. Se tem uma relação de contiguidade, é chamado de índice. Se a relação é uma convenção, o signo é chamada de símbolo. Outro exemplo do nosso repertório: um desenho de uma maçã mordida é o ícone (1) de uma maçã mordida “de verdade”. A mordida, presente no ícone, é *índice* (2) que alguém mordeu a maçã. Uma maçã mordida pode ser o *símbolo* da Apple Computer. Dentro deste contexto, a imagem da fruta mordida pode *indicar* que o produto é experimentado pelos usuários, entre outras interpretações possíveis que o signo maçã leva consigo.

Na *relação do signo com o seu interpretante* (3), ou seja, no efeito que o signo irá provocar em um possível intérprete, chegamos, paralelamente, no conceito de Informação. Um signo pode causar *interpretantes emocionais* (1), *energéticos* (2) e *lógicos* (3). Um signo do universo cinematográfico: uma imagem chega aos meus sentidos (1), eu percebo que, por suas qualidades formais, trata-se de uma cena de filme. Faço então a mediação entre a imagem e o seu objeto (2). Essa imagem agirá no meu pensamento causando uma emoção - interpretante emocional (1) -, estranhamento, por exemplo; em seguida, há uma reação - interpretante energético (2) -, o meu coração bate mais forte

6 Utilizaremos (1), (2) e (3) para se referir à Primeiridade, Secundidade e Terceiridade, respectivamente.

e apreensivo; e, a informação é processada e o signo efetivado - interpretante lógico (3) -, entendendo a cena e a informação contida nela.

O filme *Amnésia* sob a ótica da Teoria da Informação

Apresentamos a seguir, uma sinopse, sem juízo de valor, do filme *Amnésia*. O trabalho dos estudantes iniciou-se com os créditos e uma sinopse também com caráter denotativo. Foi solicitado ainda que não houvesse leituras de referência sobre o filme para que a informação fosse a mais imparcial possível, isto é, sem ruídos externos.

Sinopse

O filme abre com uma sequência inversa do fim para o início da cena. Uma foto polaroid contendo um homem morto lentamente se apaga conforme os créditos de abertura surgem, até o momento em que vemos a cena do crime: o resultado de um disparo de uma pistola automática diretamente na cabeça de um homem. O responsável pelo disparo é Leonard Shelby, protagonista do filme.

Em sequências em cores e pb, desordenadas em blocos, inicia-se então a história de Leonard, um ex-investigador de seguros, que vê sua vida desorientada após o trágico assassinato de sua esposa. O trauma causa-lhe amnésia anterógrada. Assim, se guia por suas anotações tatuadas no corpo, pedaços de papel e fotos *polaroid*. O sentido de sua vida, a partir desse momento, é vingar a morte de sua esposa. E, assim, parte em busca do provável assassino.

Em uma sequência paralela, Leonard conta para alguém no telefone sobre a história de Sammy Jenkins, um cliente que também sofria do mesmo problema de amnésia e acabou matando a própria mulher ministrando-lhe uma overdose de insulina.

Análise do filme

Na sequência, apresentamos algumas contribuições do trabalho elaborado pelo grupo de estudantes formado por Alexandre Figueiredo Lopes e Lilian Ogussuko, seguidas de comentários.

A *ordem* é um dos fatores mais controversos e interessantes de *Amnésia*. Embora o enredo em si seja simples e não represente maiores problemas de entendimento, o fascínio do filme está no modo único escolhido para narrar esse enredo (extraído do trabalho do grupo citado).

O filme abre com uma sequência rodada de trás para frente [...] Para o resto do filme, há duas ordenações básicas: cenas em preto e branco e cenas coloridas. As partes em preto e branco seguem em ordem cronológica e tratam em grande parte da relação entre Leonard e a trajetória de Sammy Jenkins, enquanto as sequências em cores, contêm blocos de cenas invertidas, e assim, uma cena se inicia onde a próxima termina (a ordem cronológica é inversa). [...] Na maior parte do filme, estas duas sequências se intercalam, até o momento em que ambas convergem. A cena em preto e branco se torna colorida permitindo então que a audiência compreenda a relação entre as duas trajetórias (idem).

É possível inferir que o filme se passa em um curto período de tempo, em aproximadamente 3 dias, descontando todos os *flashbacks*. [...] A época do filme é próxima da sua filmagem, 1999, sendo que o ataque à esposa de Leonard aconteceu dois anos antes, em 1997 (idem).

Em termos de *estrutura*, muitos elementos foram importantes para garantir a *inteligibilidade* do telespectador. Por exemplo, é sempre em cena que Leonard troca suas roupas. Assim, a *redundância* desse fenômeno gera a ordem necessária para a compreensão da continuidade entre uma cena e outra. [...] A montagem é de suma importância em *Amnésia*: para que se mantenha a coerência diante de sua estrutura pouco ortodoxa, foi necessário o balanço correto entre a intercalação de cenas, a quantidade de exposição de fatos, entre outros. Além disso, para que o filme não se tornasse excessivamente confuso, todo o resto de elementos do roteiro foram simplificados ou visados como suporte para a estrutura. A pouca quantidade de atores, a trilha sonora minimalista e os cenários que se repetem são alguns exemplos disso (idem).

Aparentemente todas estas colocações sobre ordem, estrutura e repertório são previsíveis, quando há um espectador interessado na mensagem. Mas, nem sempre isso acontece, pois o telespectador se envolve na trama e não percebe muitos detalhes do roteiro. Em conversa com os estudantes da classe depois do filme analisado, houve unanimidade na afirmação de que a teoria, aqui colocada como ferramenta de análise do discurso cinematográfico, os fez não apenas olharem, mas “olharem e verem”. O olhar investigativo os fez despertar para aspectos informacionais diferenciados, como mostrados a seguir.

Amnésia requer certo *repertório* para o melhor entendimento de sua estrutura narrativa e isso, de acordo com a Teoria da Informação, acaba por diminuir a *audiência* em seu alcance. De modo geral, é possível dizer que o maior valor informativo do filme está no modo em que ele é narrado, e em menor grau em seu enredo (idem).

[...] *Amnésia* se torna um filme mais satisfatório ao receptor, conforme este aumenta seu repertório da própria projeção, ou seja, quando assiste ao filme mais de uma vez. [...] Cabe ao receptor avaliar as ações do personagem e, segundo seu próprio repertório, decidir uma compreensão própria do filme (idem).

A necessidade de um repertório mais sofisticado se mostra presente em diversos pontos do filme. Um maior entendimento de neurociência e psicologia, por exemplo, ajudariam na compreensão de fatores físicos e mentais da *amnésia*, dando uma perspectiva de *inteligibilidade* do argumento de um ponto de vista mais especializado (idem).

Uma trama contada de “trás para frente” pode dar a falsa impressão de *previsibilidade*, uma vez que o final é a primeira coisa que o público apreende. *Amnésia* consegue reverter este paradigma ao criar um suspense crescente em direção ao início da história. A *originalidade* do filme reside em maior grau na sua complexa estrutura narrativa e é nela que reside a maior capacidade de se mudar o comportamento do receptor, objetivo maior da Informação, segundo a teoria (idem).

Apesar do filme apresentar um certo equilíbrio entre *originalidade* e *inteligibilidade*, possui uma narrativa complexa. [...] Portanto, há um nível entrópico elevado em *Amnésia*, ao se considerar a *entropia* como medida de desordem em uma dada estrutura. Tal “desordem” é deliberada: em um primeiro momento, a estrutura do filme confunde o espectador, até que ele perceba a relação entre cada bloco de cenas. Dessa forma, o receptor se sente como o protagonista (idem).

Ao se assistir o filme pela primeira vez [...] não se sabe exatamente pelo que procurar. [...] Em *Amnésia*, o exemplo mais claro de *redundância* são as cenas que se repetem conforme um bloco de ação termina; esta cena é igual à primeira cena do bloco anterior, criando uma periodicidade —recurso para garantir o aumento da *inteligibilidade* (COELHO NETTO, 2003, p. 157). [...] alguns outros casos de *redundância* são necessárias [...] como Leonard se reapresentando diversas vezes a outras personagens, o cenário pelo qual ele percorre em seu carro, as cenas do hotel e do bar, a constante redescoberta de suas próprias tatuagens e anotações etc (extraído do trabalho do grupo citado).

Nos momentos finais de *Amnésia*, os *ruídos* tornam-se ainda mais evidentes: conforme Teddy revela a Leonard a verdadeira história, sob o seu ponto de vista, o personagem principal visualiza momentos que se recusa a acreditar. Sua esposa era de fato diabética? Apesar de desmentir essa possibilidade, a audiência recebe um vislumbre de que isso pode ser verdadeiro. Assim, os ruídos ganham uma função muito maior dentro da estrutura total do filme. Além disso, pelo fato da maior parte de *Amnésia* termos Leonard como narrador, possuímos também apenas a visão que ele adota dos acontecimentos ao seu redor. A audiência passa a maior parte do filme acreditando na morte da esposa de Leonard e por isso, quando Teddy revela a possibilidade de um fato diferente, cria-se um conflito de informações, ou seja: um *ruído semântico* para o espectador-comum, que não esperava esta reviravolta (idem).

Nota-se que ao longo da análise dos estudantes, as informações acerca da trama vão sendo construídas e desvendadas, como Alexandre e Lilian revelaram: “*Amnésia* se torna um filme mais satisfatório à audiência conforme esta aumenta seu repertório da própria projeção, ou seja, quando o público assiste ao filme mais de uma vez.” De fato, a dupla assistiu ao filme aproximadamente 5 vezes. A cada vez aumentava o grau da inteligibilidade do argumento. Mesmo com a trama desvendada, solicitamos aos alunos que tentassem ir além em termos do argumento do filme. Qual seria mensagem conotativa? O que cada um levaria consigo em termos de mensagem, qual seria a mudança potencial de comportamento?

Uma das principais mensagens que o filme tenta passar é que não devemos confiar na nossa memória. [...] há outra leitura do filme: que a investigação incessante dos fatos leva a uma verdade mais universal.

Assim, a informação, nesta experiência, é algo mais profundo do que o modelo da teoria da comunicação (emissor, meio, mensagem e receptor) (extraído do trabalho do grupo citado).

Abaixo, algumas considerações feitas por outros estudantes da mesma turma, corroborando o que foi dito no parágrafo acima.

[...] a mensagem que o filme quer passar é que todos nós temos histórias que gostaríamos de esquecer, e os artifícios que a mente humana constrói para tentar se livrar delas (Adriana Bosco e Giuliana Roncada).

O questionamento principal do filme vem do que de fato é verdade. A verdade é relativa sob o ponto de vista de cada indivíduo, sua percepção é modificada de acordo com a vivência individual de cada pessoa (Aline Druda Brocardo).

O filme é uma crítica da fragilidade da mente humana [...] (Giovanna Monaco).

[...] a mensagem que o filme quer transmitir é que somos aquilo que lembramos (Isabela Pereira Braga e Victoria Opatrny Vieira).

Como pudemos perceber, os alunos demonstraram terem sido capazes não só de compreender o corpo conceitual das teorias, como aplicá-los na análise apresentada. Outro ponto de relevância é a manipulação da terminologia específica, o que demonstra um aprendizado mais efetivo e uma mudança interna de comportamento em relação à forma de encarar, a partir deste momento, filmes e outros produtos da mídia.

A recriação do cartaz do filme *Amnésia*

O cartaz original do filme (ver figura 3) apresenta seu nome, o ator principal (em destaque), uma atriz (de participação tão ativa quanto outro ator que não aparece no cartaz) e as fotos *polaroid*. É um cartaz que traz fragmentos do que o telespectador verá na tela e que funciona como uma publicidade

para o filme. Aqueles que se guiarem apenas pelo cartaz, serão levados a considerar que se trata de uma história de amor, pois há ali apenas um homem e uma mulher. Outro fator predominante em cartazes de cinema, é o destaque do ator principal, que tem como objetivo identificá-lo como astro de cinema e assim buscar maior audiência. Este cartaz também intensifica este aspecto.

O cartaz elaborado pelos estudantes Alexandre e Lilian (figura 4) foge da categoria acima e tem vida própria. Cartazes desse tipo, embora façam parte do filme que pretendem divulgar, apresentam elementos que são provocativos, causando estranhamento, podendo por um lado ser motivo de repulsão e, por outro, na mesma medida, motivo de atração. Neste caso, tiram o receptor da passividade, causam dúvidas, geram entropia, diminuem a audiência, porém aumentam a taxa de informação. A novidade apresentada no cartaz pode estimular o receptor a ver o filme e, conseqüentemente aumentando o seu repertório, conseguirá fazer a releitura proposta pelo signos presentes no cartaz. As duas citações a seguir colaboram com esta reflexão. “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” (FERREIRA, 2004).

[...] Sem conhecer a história de um sistema de signos e do contexto sociocultural em que ele se situa, não se pode detectar as marcas que o contexto deixa na mensagem. Se o repertório de informações do receptor é muito baixo, a semiótica não pode realizar para esse receptor o milagre de fazê-lo produzir interpretantes que vão além do senso comum (SANTAELLA, 2002, p.6).

Na sequência, será apresentada parte da análise semiótica do cartaz feita pela dupla. Apesar dos conceitos da semiótica peirceana usados na análise do cartaz não terem sido utilizados na do filme, os estudantes foram estimulados a procurar na linguagem deste último, aspectos qualitativos como cores, formas, tamanho, organização, ordem e estrutura, bem como signos icônicos e indiciais. Desta forma, o cartaz é traduzido para o código da sua linguagem e atua como uma releitura do filme. O receptor, ao efetuar a leitura do cartaz, é convidado a participar do jogo perceptivo que vai se tornando inteligível a cada revelação.

Este cartaz que apresenta uma estrutura geométrica cria um diálogo com o filme que tem como elemento mais marcante sua estrutura pouco usual (extraído do trabalho de Alexandre Figueiredo Lopes e Lilian Ogussuko).

Os módulos hexagonais — *qualisignos* dos ladrilhos do banheiro onde a mulher de Leonard foi assassinada —, presentes como imagens (*ícones*) na memória do protagonista, mostram no cartaz *ícones* em preto e branco de várias cenas e personagens do filme. Esta estrutura faz alusão à organização da memória de Leonard e, nessa possível relação, os hexágonos são, ao mesmo tempo, módulos que guardam lembranças (são *mementos*) e *índices* de que essas lembranças são as lembranças do protagonista, embora funcionem no cartaz como *ícones* para ativar o repertório do receptor, uma vez que é ele quem recebeu a mensagem (idem).

A tipografia da palavra Amnésia, Alte Haas Grotesk, foi desenhada por Yann le Coroller baseada na fonte de metal Akzidenz Grotesk. Essa fonte, repertório em âmbito mundial, tenta imitar uma impressão em metal, dando o efeito de desfocamento em função das bordas esfumadas e dos cantos arredondados. Neste cartaz, a tipografia foi alterada para apresentar a ruptura causada pelo trauma sofrido pelo protagonista. A linha de texto foi dividida, tendo sua parte inferior deslocada no sentido horizontal. Desta forma, a palavra Amnésia, além de se apresentar como o *símbolo* principal do filme, é ainda um *índice* da desintegração, degradação e inconfiabilidade das memórias do personagem (idem).

Sua posição no cartaz rompe o grid modular da parte superior, onde as memórias são apresentadas ordenadamente. Intensificando a ideia de ruptura, as letras sangram nas laterais, levando o intérprete, por continuidade, a enxergar a linha que divide o

campo gráfico em dois. O corte nos dois “As” da palavra AMNÉSIA também colocam em jogo uma possibilidade de leitura infinita, da palavra que termina onde começa, numa circularidade temporal, que remete à prisão do protagonista em um tempo não mais linear, mas circular (idem).

Considerações finais

Essa experiência teórico-prática trabalhada na disciplina no período de 2006 a 2010 tem atingido seus objetivos e apresentado resultados positivos para os estudantes, como o exposto neste artigo. Os estudantes demonstraram ser capazes de manipular conceitos complexos e vinculá-los à práxis da atividade.

Usualmente as interpretações daquilo que aparece à percepção e à mente vêm frequentemente muito depressa. Em função disso, não percebemos as sutilezas do que se apresenta. Em outras palavras, as coisas são apenas “olhadas” e não vistas.

Alfredo Bosi sustenta que há uma profunda diferença entre o olhar receptivo, o ver-por-ver, sem o ato intencional do olhar, “que é centrado na morfologia do órgão receptor - o olho, e um outro ver como resultado obtido a partir de um olhar ativo como buscar, observar, mirar, captar” (*apud* NOVAES, 1989, p.66).

O trabalho da forma proposta potencializa o olhar aprofundado e investigativo. Potencializa a qualidade de ver o que está diante dos olhos, de ver os signos, característica da primeiridade. Ver a qualidade das formas, das cores, das sequências, e já num olhar de secundidade, perceber suas relações com os objetos dos signos. E, chegamos à conclusão, que é apenas dessa forma que se consegue chegar a uma terceiridade plena. Interpretar holisticamente e, perceber que não há um interpretante final, que é necessário ver mais do que uma vez, como os alunos fizeram com o filme *Amnésia*, e o fizeram por que escolheram fazê-lo.

A aplicação da Teoria da Informação e da Semiótica, dessa forma, configura uma importante contribuição para o campo do design visual, já que *design é fazer significar*. A semiótica, como diz Lúcia Santaella, faz com que o indivíduo abra as portas do espírito para olhar os fenômenos e assim penetrar no movimento interno das mensagens. A análise cuidadosa do discurso imagético de *Amnésia*, por meio da Teoria da Informação, forneceu subsídios para o uso consciente dos elementos formais que constituíram a recriação do cartaz do filme.

Aprender a ver é algo fundamental para o designer e percebe-se que a instrumentação teórica apura o olhar e, conseqüentemente, traz repertório que pode se transformar em linguagem e expressão. Segundo D. Dondis (2000, p.27), “o que vemos é uma parte fundamental do que sabemos, e o alfabetismo visual pode nos ajudar a ver o que vemos e a saber o que sabemos”.

Como último ponto, vale refletir como o repertório produz Informação, no sentido abordado neste artigo. A Teoria foi utilizada como meio e também como fim, mudando o comportamento do receptor - do estudante - no sentido da práxis do design.

Referências

- BOSI, Alfredo. Fenomenologia do olhar. In: NOVAES, Adauto (org.). *O olhar*. São Paulo, Cia da Letras, 2002.
- COELHO NETTO, José Teixeira. *Semiótica, Informação e Comunicação*. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- DONDIS, Donis A. *Sintaxe da Linguagem Visual*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- FERREIRA, Fernando Ap. O cartaz de cinema como “leitura” do filme mediada pelo designer. In: *Anais do P&D Design*. São Paulo: AEnD, 2004.
- PEIRCE, Charles Sanders. *Semiótica*. São Paulo: Perspectiva, 1977.
- SANTAELLA, Lúcia. *O que é Semiótica*. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- _____. *Semiótica aplicada*. São Paulo: Thomson, 2002.
- Amnésia. NOLAN, Christopher. Estados Unidos, 2000. 113 minutos.
- Amnésia. In: <http://www.brasilecola.com/doencas/amnesia.htm>. Acesso em 19 de maio de 2013.

O cinema de terror enquanto tradução imagética da década de 1960 “A noite dos mortos-vivos” e a luta dos negros pelos direitos civis

Renata Ramos Soares¹
Prof^a. Ms. Monica Fischer²

Resumo

Durante a década de 1960, os EUA passaram por mudanças políticas e sociais, dentre elas o movimento pelos direitos civis, que buscava o tratamento igualitário da população negra e o fim das políticas segregatórias em estados do Sul dos EUA. Foram identificados e analisados elementos narrativos e visuais no filme “A noite dos mortos vivos” (1968), de George A. Romero, uma obra importante da ‘New Hollywood’, como uma representação, simbólica e alegórica, desse período histórico. A representação das tensões raciais da referida década foi observada, tanto na narrativa particular do protagonista Ben, quanto na comparação das imagens do filme com os registros fotográficos jornalísticos da época, estabelecendo um paralelo do filme com os acontecimentos e violências vividos pela população negra.

Palavras-chave

Cinema; terror; análise audiovisual; movimentos sociais.

O surgimento dos zumbis na cultura norte-americana

“Night of the Living Dead” (1968) quebrou as convenções do terror e criou uma nova codificação para os negros no cinema de terror. George A. Romero, com a sua maneira inovadora de representar os zumbis e com a escolha de um protagonista negro³ quebrou uma tradição que havia sido estabelecida desde o primeiro filme com zumbis em sua temática: “White Zombie” (1932).

De acordo com Dotson (2006) no auge da ocupação americana no Haiti, Hollywood se apropriou do zumbi como um monstro que retrataria os preconceitos americanos sobre miscigenação racial e a prática do vodu, tradição religiosa dos haitianos. Havia um interesse dos EUA em retratar o Haiti e sua população como perigosos e primitivos, já que isso validava a invasão dos EUA no Haiti e reforçava a crença de que se tratava de um povo incapaz de se auto-governar e ser independente.

Foi através dos escritos de Seabrook (1929), um explorador e aventureiro que acompanhou a invasão do Haiti, que os zumbis foram apresentados aos norte-americanos. O autor relata as histórias que ouviu sobre o monstro e descreve o ritual, no qual um feiticeiro re-anima uma pessoa que tenha

¹ Graduanda em Artes Visuais na Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais (ED/UEMG).

² Mestre em Sociologia pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e professora na ED/UEMG

³ Interpretado por Duane Jones.

falecido recentemente e a partir daí essa pessoa se torna um escravo de seu mestre.

A apropriação dos cineastas desse mito aconteceu como uma maneira negativa de representar a negritude. A maioria dos espectadores foi apresentada aos mortos-vivos em “White Zombie” (1932), no momento de estréia do filme os EUA estavam ao fim da sua ocupação no Haiti, e o interesse da população na ilha estava em seu auge.

Representar o homem negro como estuprador foi uma tendência no cinema, em “Birth of a Nation” (1915) de D.W. Griffith, em que o personagem Gus⁴ estuprou uma garota branca e foi enforcado. Esta obra é considerada uma peça chave na criação da narrativa cinematográfica, mas tratava a escravidão como uma situação positiva e representava a Ku Klux Klan de forma heróica. Para Dotson (2006), monstros codificados com os esteriótipos negros e sexualmente ameaçadores não passavam de substitutos para uma imagem cultural comum, que datava do fim da guerra civil, quando milhares de negros foram fraudulentamente condenados por estupro e se tornavam vítimas de linchamento. Com o fim da guerra civil americana, os estados do sul, que haviam defendido a escravidão, criaram um conjunto de leis segregatórias, as Leis Jim Crow.

Um grande número de proibições e exclusões ferozmente vigiadas definiam as leis Jim Crow. [...] Por trás de tais regras espreitava o pavor da sexualidade interracial. Muitos brancos do sul viam os homens negros como possuidores de um desejo insaciável por mulheres brancas. Instituições segregadas foram projetadas para manter os contatos íntimos através da linha de cor em seu mínimo. Um homem negro que fizesse um comentário sexual para uma mulher branca era considerado ser o equivalente a um estuprador. A mais sutil transgressão desse código poderia levar à uma árvore de linchamento (ISSERMAN, KAZIN, 1999, p.27, tradução nossa).⁵

Estima-se que mais de 4000 homens negros foram linchados no período de 1882 a 1950.

A partir da década de 1930, a censura proibiu os cineastas de mostrarem cenas de estupro em filmes. Para Dotson (2006), essa restrição fez com que ao invés de mostrar atores negros interpretando estupradores, os filmes desse período ocultassem os predadores sexuais em monstros codificados com os esteriótipos negros.

Até a década de 1930, o mito do estuprador negro permeava tanto os filmes hollywoodianos que a representação explícita do estupro [...] não era necessária para que a sua ameaça ideológica fosse registrada (DOTSON, 2006, p. 29, tradução nossa).⁶

Segundo a análise desenvolvida por Dotson (2006), apesar de alguns monstros não serem visualmente negros, seu comportamento e seus signos visuais eram diretamente relacionados aos esteriótipos negativos do homem negro. O mesmo tipo de análise foi realizada por Ginneken (2007), na qual ele estabeleceu uma relação entre as tensões raciais do período com o monstro de “King Kong” (1933):

Note que isso era no meio de uma era racista e segregacionista, quando negros eram ainda amplamente comparados com macacos, negros eram considerados extra-grandes e super sexuais na mente de muitos homens e mulheres brancas, e que encontros românticos ou eróticos entre homens negros e mulheres brancas eram o tabu definitivo, automaticamente definidos como involuntários, portanto, estupro e merecendo linchamento no ato. (GINNEKEN, 2007, p. 66, tradução nossa).⁷

4 Interpretado por Walter Long, que assim como os outros personagens negros, era um ator branco com o rosto pintado para parecer negro. Esta prática é chamada de ‘blackface’ e é, hoje, considerada extremamente ofensiva.

5 “A large number of fiercely guarded prohibitions and exclusions defined the Jim Crow order. [...] Behind such rules was a lurking dread of interracial sexuality. Many southern whites viewed black men as possessed of an insatiable desire for white women. Segregated institutions were designed to keep intimate contacts across the color line to a minimum. A black man who made a sexual comment to a white woman was considered tantamount to be a rapist. The slightest transgression of the code might lead to a lynching tree” (ISSERMAN, KAZIN, 1999, p.27).

6 “By the 1930s, the myth of the Black rapist so permeated Hollywood film that the explicit representation of rape [...] was not required in order for its ideological threat to be registered” (DOTSON, 2006, p. 29).

7 “Note that this was in the midst of a racist and segregationist era when blacks were still widely compared with apes, blacks were considered

Zumbis negros assediando mulheres brancas é uma cena que se repete constantemente em filmes como “White Zombie” (1932) e “I Walked with a Zombie” (1943), apesar de nenhum deles mostrar um zumbi negro estuprando uma mulher literalmente; mas com o conhecimento prévio deste esteriótipo e os recursos de corte, os espectadores tinham imagens o suficiente para compreender o que a narrativa sugestionava.

Essa imagem negativa se perpetuaria nas telas até o final dos anos 1960, quando George A. Romero lança seu filme “Night of the Living Dead” (1968), que fará com que o tema zumbis em filmes de terror seja renovado. O cineasta reescreve todas as regras desse monstro na maneira que ele aborda a negritude em um filme de zumbis. No lugar de apresentar personagens negros como escravos zumbis obtusos, George A. Romero reformula o personagem negro como um herói, nunca visto antes em um filme de zumbis, reescrevendo como a negritude seria representada nos filmes de zumbis subsequentes.

No filme que ditou o estilo intenso e sangrento da nova onda dos filmes de terror, o clássico cult “Night of the Living Dead” (1968) de George A. Romero, o protagonista Ben, devido à sua negritude ser tão ignorada e mesmo assim tão óbvia, ilustra bem o poder e a complexidade da imagem racial no auge dos turbulentos anos 1960 (GUERRERO, 1993, p. 57, tradução nossa).⁸

Uma introdução sobre o movimento pelos direitos civis

Um dos principais elementos que caracterizou a década de 1960 foi o movimento pelos direitos civis e igualdade racial dos negros.

O movimento pelos direitos civis e igualdade racial foi o mais importante catalisador para o despertar do ativismo liberal na década de 1960 e a revolta democrática subsequente contra a moderna América liberal (MORGAN, 1992, p. 35, tradução nossa).⁹

Antes da Segunda Guerra Mundial, de acordo com Isserman e Kazin (2000), o movimento pela liberdade dos negros nos EUA era pequeno, sofria repressão das autoridades sulistas e muitos negros evitavam se envolver por medo de represálias, porém, após a guerra, a ‘National Association for the Advancement of Colored People’ teve um aumento significativo de membros, muitos deles sendo veteranos, que retornavam da guerra¹⁰.

Para Morgan (1992), Isserman e Kazin (2000), três eventos marcam o início dessa retomada do movimento negro e pelo fim da segregação: “Brown contra o Conselho de Educação”¹¹, “o boicote aos ônibus de Montgomery” e “o protesto de Greensboro”. O sul dos EUA estava sob um conjunto de leis conhecidas como leis ‘Jim Crow’, que à primeira vista respeitava o princípio de “separados porém iguais” para os negros norte-americanos, mas essa separação, na prática, levava a condições inferiores em relação àsquelas providas para os norte-americanos brancos.

extra-big and supersexual in the minds of many white men and women, and romantic or erotic encounters between black men and white women were the ultimate taboo, automatically defined as involuntary, therefore as rape and meriting lynching on the spot” (GINNEKEN, 2007, p. 66).

8 “In the film that dictated the intense, gory style of the new wave of horror movies, George Romero’s cult classic “Night of the Living Dead” (1968), the protagonist Ben, because his blackness is so understated and yet so obvious, well illustrates the power and complexity of racial imaging in the peak year of the turbulent 1960s” (GUERRERO, 1993, p. 57).

9 “The movement for civil rights and racial equality was the single most important catalyst for the awakening liberal activism in the Sixties and the subsequent democratic revolt against modern, liberal America” (MORGAN, 1992, p. 35).

10 Para Morgan (1992), a luta contra o nazismo fez com que muitos norte americanos se sensibilizassem na luta contra o racismo e o preconceito dentro dos EUA.

11 “Brown contra o ‘Conselho de Educação’” é o nome pelo qual ficou conhecida a decisão da Suprema Corte dos Estados Unidos, em 1954, que declarou inconstitucional a separação entre estudantes negros e brancos nas escolas públicas. As escolas segregadas por raça faziam com que as crianças negras não pudessem usufruir das mesmas oportunidades, uma vez que as escolas exclusivas para brancos tinham melhores condições que as exclusivas para negros.

Isso gerou desvantagens econômicas, educacionais e sociais para a população negra e criou-se uma situação similar ao Apartheid na África do Sul. Essas leis ficaram em vigor de 1876 a 1965.

Um grande número de proibições e exclusões ferozmente vigiadas definiam as ordens Jim Crow. Brancos e negros não deveriam beber ou jantar juntos, em casas particulares ou em restaurantes. Eles não frequentavam as mesmas escolas ou igrejas, nem viviam nas mesmas vizinhanças. Banheiros e bebedouros públicos era restritos de acordo com a raça. E, em quase toda indústria haviam linhas dividindo trabalhos “brancos” de trabalhos “negros”. (ISSERMAN; KAZIN, 2000, p. 27, tradução nossa).¹²

“O boicote aos ônibus de Montgomery” se realizou entre 1955 e 1956 na cidade de Montgomery, Alabama, o objetivo era se opor à política de segregação racial¹³ no transporte público da cidade. O boicote foi desencadeado pela prisão de Rosa Parks¹⁴ e causou déficits elevados no sistema de transporte público de Montgomery. Em 1956, a Suprema Corte dos Estados Unidos declarou as exigências legais de segregação nos ônibus no estado do Alabama inconstitucionais.

“O protesto de Greensboro” ocorreu em fevereiro de 1960, quando quatro estudantes universitários negros se sentaram ao balcão de uma lanchonete dentro de uma loja de departamentos, em Greensboro. Os estudantes pediram um café e, obedecendo às políticas segregatórias da loja, os funcionários da lanchonete se recusaram a servi-los em uma mesa exclusiva para brancos. Eles permaneceram no local até o fechamento da loja e no dia seguinte haviam mais estudantes negros os acompanhando no protesto pacífico¹⁵ de se sentar às mesas. Os protestos se espalharam por outras lojas, por outros estados e atraíram mais adeptos a cada dia. Aconteceram por 4 meses, até que as vendas das lojas boicotadas despencaram e os donos das lojas decidiram dar fim às políticas segregatórias em julho de 1960.

Em 1961 surgiram os “Freedom Riders”, um grupo de ativistas pelos direitos civis dos negros, que decidiram testar decisões da Suprema Corte dos EUA¹⁶. Alguns ativistas foram presos, mas a violência mais grave aconteceu no Mississippi e no Alabama, quando a polícia se uniu a representantes da Ku Klux Klan e permitiu que estes agredissem os Freedom Riders.¹⁷

Posteriormente, os governadores do Alabama e do Mississippi fizeram um acordo¹⁸ com o presidente, que protegeriam os Freedom Riders das multidões.

Com a ajuda da cobertura da mídia, eles aumentaram a consciência dos brancos sobre a brutalidade que se escondia por trás da segregação racial no Sul. Devido a persistência dos manifestantes ao encarar a violência, e porque a administração simpática, porém cautelosa, poderia implementar

12 “A large number of fiercely guarded prohibitions and exclusions defined the Jim Crow order. Whites and blacks were not supposed to drink or dine together, in private homes or in restaurants. They did not attend the same schools or churches or live in the same neighborhoods. Public toilets and drinking fountains were restricted by race. And, in nearly every industry there were strict lines dividing “white” jobs from “black” ones” (ISSERMAN; KAZIN, 2000, p. 27).

13 O sistema de segregação nos ônibus de Montgomery determinava, que os quando não houvesse mais lugares livres, o negro que entrasse por último deveria ficar em pé. Se outro branco entrasse, um negro que estivesse sentado mais à frente do ônibus teria de se levantar e dar o lugar ao branco.

14 Em 1º de dezembro de 1955, Rosa Parks estava sentada mais à frente nos assentos destinados às pessoas negras. Quando um branco entrou no veículo, o motorista orientou os negros pra que se movessem para as fileiras de trás a fim de criar uma nova fileira para as pessoas brancas, porém Rosa recusou-se e foi presa.

15 A maior parte dos protestos foram pacíficos, porém, houve alguns incidentes onde grupos racistas e grupos de negros entraram em conflito.

16 ‘Boynton v. Virginia (1960)’ um caso no qual a Suprema Corte dos EUA recusou a condenação de um estudante de Direito negro por invasão, ao entrar em um restaurante em um terminal de ônibus que era “apenas para brancos” considerando que a segregação racial no transporte público era ilegal. E ‘Irene Morgan v. Commonwealth of Virginia (1946).’ que proibia a segregação em transporte público inter-estadual.

17 As agressões cometidas pelos membros da Ku Klux Klan, com a ajuda das polícias locais foram, entre muitas outras, depredação e ataques aos ônibus, bloqueio, atear fogo nos ônibus, espancamento dos Freedom Riders com tacos de baseball, canos de ferro e correntes, ataques com bombas, jatos de água e cachorros. Apesar das ordens presidenciais de que os manifestantes deveriam ser defendidos, as polícias estaduais não apenas se recusavam a protegê-los como participavam das perseguições e violências.

18 Em troca da proteção estadual, o governo federal não impediria que a polícia local prendesse os ativistas por violarem as ordens de segregação nos ônibus. Os Freedom Riders que viajavam para o Mississippi eram presos e sofriam tratamento abusivo nas penitenciárias.

mudanças através de ações administrativas, as Freedom Rides foram muito bem sucedidas no seu objetivo imediato de integração (MORGAN, 1993, p. 53, tradução nossa).¹⁹

Ainda que o direito ao voto fosse garantido por lei, haviam práticas que acabavam impedindo o registro de negros. Ativistas se empenharam em realizar os registros e os segregacionistas reagiram com violência; os ativistas tinham suas casas incendiadas, eram espancados, até que alguns foram assassinados pela Ku Klux Klan, o que acabou pressionando o Estado a aprovar a Lei dos Direitos Civis, em 1964.

Martin Luther King²⁰ liderou passeatas na cidade de Selma, pelo direito de cidadãos negros se registrarem como votantes, as manifestações acabaram em violência por toda a cidade, com a morte de uma manifestante pela polícia. Os confrontos continuaram, resultando em tumultos generalizados com mortos e feridos, transmitidos pela televisão para todo o país. As cenas causaram indignação tornou possível a aprovação da Lei do Direito de Voto, em 1965.

A escolha de um ator negro e seu reflexo na narrativa

A escolha de George A. Romero por um ator negro para interpretar o personagem principal de "Night of the Living Dead" (1968) foi ousada. Ainda que a população negra pressionasse os estúdios por mais representatividade nos filmes produzidos, ninguém esperava ir ao cinema e ver não só um protagonista, heróico, negro, como também um personagem que não obedecesse aos estereótipos que a indústria do cinema vinha se utilizando, até então.

De acordo com Dotson (2006), a maior parte do elenco negro da obra de D.W. Griffith, "The Birth of a Nation" (1915), foi interpretada por atores brancos com seus rostos pintados de preto, uma prática comum que havia se originado no teatro e que persistiu em Hollywood até a década de 1930, quando passou a ser vista como uma maneira racista de se retratar personagens negros.

Para uma boa parte da história de Hollywood, era praticamente impossível fazer que os afro-americanos ou norte-americanos nativos representassem a si mesmos. O racismo estava inscrito nos regulamentos oficiais (por exemplo, a proibição do Código Hayes a representações de miscigenação) e em práticas não-oficiais (o preceito de Louis B. Mayer de que os negros deveriam ser mostrados apenas como engraxates ou porteiros) (STAM, 2000, p. 300).

A escolha de Duane Jones para viver o personagem Ben, em "Night of the Living Dead" (1968), aconteceu da seguinte maneira, segundo Dotson (2006): Estava praticamente decidido que Rudy Ricci, um dos investidores, interpretaria Ben, mas testes para o papel foram realizados mesmo assim e Duane Jones se candidatou, dentre outros atores. Ao assistir ao teste de Duane Jones, um ator de teatro experiente, todos os envolvidos na produção concordaram que ele seria o ideal para o papel de Ben.

Após a escalção de Duane Jones, George A. Romero conscientemente não realizou alterações no roteiro orientadas pelo fato do ator ser negro. Esta atitude corajosa de George A. Romero pode ter tido um grande peso na forma, diferenciada, que um homem negro é retratado em "Night of the Living Dead" (1968). Em nenhum momento há referência à cor da pele de Duane Jones, e também não há influência dos estereótipos negativos de homens negros que existiam. Isto deu a Ben contornos mais realistas que caricaturais.

Em "Night of the Living Dead" (1968) Ben é o foco da narrativa, aquele com quem a audiência vai

19 "With the help of media coverage, they raised white consciousness of the brutality that lay behind racial segregation in the South. Because of the protesters persistence in the face of violence, and because a sympathetic though wary administration could implement change through administrative action, the Freedom Rides were largely successful in their immediate objective of integration" (MORGAN, 1993, p. 53).

20 Após ter sido o ganhador do prêmio Nobel da Paz.

se identificar e confiar. Em geral, é retratado como um homem carinhoso e cuidadoso, motivado por boas intenções.

O primeiro encontro de Ben com os zumbis e cultura de linchamentos dos EUA

De acordo com Callan (2005), mesmo com o fim da escravidão²¹ a população negra não foi aceita no sul dos EUA. Uma vez que a Guerra Civil Americana terminou e o sul foi derrotado, formaram-se duas sociedades separadas na região, uma negra e outra branca. À medida que a sociedade branca se recuperava da guerra, a negra era excluída. A maioria dos negros vivam na pobreza e eram privados de muitos direitos civis, como o direito ao voto e o direito à educação. A Klu Klux Klan e outros grupos que pregavam a supremacia branca aterrorizaram os negros, com espancamentos e linchamentos, para manter a segregação.

Segundo Smith (2005) esses linchamentos chegaram a receber o apelido de ‘churrasco’²², se referindo a uma das principais formas de entretenimento no sul.

[...] as imagens da mídia de multidões de linchamento caçando centenas de homens negros, os torturando e os queimando vivos e grupos de afro-americanos de terno e gravata sendo espancados e varridos por poderosas correntes de água eram muito mais chocantes do que qualquer uma das cenas ficcionais contidas em “Night of the Living Dead” (1968). Essas imagens exemplificavam o medo de ser um homem negro no lugar errado e na hora errada nos Estados Unidos durante 1968 e foram as construções da realidade para os afro-americanos (SMITH, 2005, p. 7, tradução nossa).²³

Em “Night of the Living Dead” (1968), Ben conta para Barbara o seu primeiro encontro com as criaturas. Para Dotson (2006), a maneira que Ben reconta sua experiência, ficando cada vez mais sério e olhando para o nada, dá a impressão de que mais do que simplesmente relatar o que ele viveu, ele está tentando exorcizar essas memórias em voz alta. Tentando não desabar e segurando as lágrimas, Ben descreve como escapou de uma multidão de zumbis em seu caminhão.

A história que Ben descreve é certamente aterrorizante e uma retrospectiva problemática da violência de multidões durante a Reconstrução²⁴, e é também uma cena que remete às revoltas da década de 1960 nos EUA, as quais muitos não só testemunharam pessoalmente e através da televisão, mas milhares também estavam pessoalmente envolvidos (DOTSON, 2006, p. 54, tradução nossa).²⁵

A interpretação dessas cenas como uma referência às multidões de linchamento é reforçada por Smith (2005):

[...]essas cenas se relacionam com os muitos assassinatos em linchamentos que ocorreram no sul, com a mentalidade de uma raivosa multidão de linchamento, e com os eventos atuais que estavam acontecendo naquele momento durante o movimento pelos direitos civis e no lançamento do filme. Linchamentos eram predominantes em todo o sul e continuaram até o fim da década de 1960 (SMITH, 2005, p. 6, tradução nossa).²⁶

21 A escravidão teve fim nos EUA com o fim da Guerra Civil Americana, em 1865.

22 No original: ‘barbecue’.

23 “[...] media’s images of lynch mobs hunting down hundreds of Black men, torturing them and burning them alive and groups of professionally dressed African Americans being beaten and mowed down by powerful streams of water are much more jarring than any of the fictional scenes within Night of the Living Dead. These images exemplified the fear of being black men in the wrong place at the wrong time in the United States during 1968 and were the constructs of reality for African Americans” (SMITH, 2005, p. 7).

24 Reconstrução dos EUA, depois da guerra civil.

25 “The tale Ben describes is horrifying indeed and troublingly reminiscent of mob violence during Reconstruction, and it is also a scene that recalls the 1960s riots in the U.S., which many had not only witnessed in person and on television but thousands had also been personally involved” (DOTSON, 2006, p. 54).

26 “[...]these scenes correlate with the multitude of lynching murders that took place in the south, the mentality of an angry lynch mob, and the current events that were presently occurring during the Civil Rights movement and the films release. Lynching was prevalent in throughout the South and continued through the late 1960’s” (SMITH, 2005, p. 6).

A ambientação na qual Ben e Barbara se encontram, segundo Phillips (2012), também é significativa. A imagem deste grande grupo de brancos rodeando a casa onde este homem negro se esconde, ocorre em um contexto em que essa violência acontecia na realidade, tanto no caso dos linchamentos, quanto em relação à violência contra ativistas negros. O autor ressalta que esse grupo de pessoas brancas, os zumbis, não são facilmente diferenciáveis dos sobreviventes pela sua aparência, e sim pelo seu comportamento, que faz com que a situação representada na tela se assemelhe ainda mais com as circunstâncias da vida real.

A violência contra os negros, de acordo com Morgan (1992), era uma agressividade constantemente prestes a acontecer e qualquer atitude de um negro que desagradasse um branco poderiam resultar em espancamento, ter a casa bombardeada ou incendiada, ser atacado nas estradas até, enfim, ser morto em um linchamento.

O esteriótipo do 'bom homem negro' no cinema

À medida que aumentavam as demandas por maior representatividade dos negros em Hollywood, a saída encontrada pelos estúdios foi criar um novo esteriótipo: o bom homem negro. Um personagem generoso, passivo, subserviente, abnegado, com uma tendência a sacrifícios pessoais em prol do bem estar de outros personagens, em sua maioria brancos.

A figura dos negros acaba significando opostos absolutos, por um lado significam benevolência, inocência, proteção servil e amor eterno, por outro insanidade, sexualidade ilícita e caos. (STAM, 2000, p. 303)

Este papel foi vivido nas telas por Sidney Poitier na maior parte das produções nas quais ele estrelou, nas décadas de 1950 e 1960. O personagem Ben, interpretado por Duane Jones, é inteligente e nobre, e Dotson (2006) alega que assim como Sidney Poitier, reflete em alguns aspectos essa figura urbana em ascensão, a do homem negro sobrevivente e engenhoso. A autora, entretanto, também diferencia os dois atores; ao contrário dos personagens de Sidney Poitier, Ben é um personagem denso, encorpado, mais que apenas uma réplica daquilo que se considerava o bom homem negro.

Imaginado por George A. Romero como um motorista de caminhão, Ben é um homem comum que, na contramão dos esteriótipos do "bom homem negro", não possui o impulso, pouco crível, de abnegação e sacrifício pessoal. Assim como os outros personagens na casa, Ben deseja sobreviver e tenta trabalhar com o grupo para tal. Apesar de ser o protagonista e, aparentemente, líder do grupo, Ben é, afinal de contas, só um ser humano.

A verdade é que Ben sucumbirá à violência e ao caos ao seu redor, em uma atitude que ao final do filme colocará em questionamento seu status de herói. De acordo com Clark (2004, p. 161, tradução nossa) "[Duane] Jones deve ter reconhecido que era vital para o sucesso do filme que a audiência se identificasse com seu personagem"²⁷.

Várias atitudes retratam o caráter generoso de Ben, mas em nenhum momento ele é retratado como 'o santo de ébano', termo usado por Guerrero (1993), pois é extremamente humano e sendo assim, cheio de falhas e de comportamentos questionáveis. O mais marcante é que no momento em que a condição dos sobreviventes dentro da casa se estreitou para "viver ou morrer", Ben não se sacrifica em prol de nenhum outro personagem, cuidando apenas de si mesmo e conseguindo assim, ser o único capaz de sobreviver à noite.

²⁷ "Jones must have recognized it was vital to the success of the film that audiences identify with his character" (CLARK, 2004, p. 161)

Os confrontos de Ben e Harry e tensões raciais da década de 1960

Ben e Harry se estranham ao primeiro contato e começam a se enfrentar. Ben, um homem negro trabalhador contra Harry, um arrogante homem de negócios branco, símbolo máximo do patriarcado norte-americano. Os dois se enfrentam pela liderança do grupo.

Esta rivalidade, para Clark (2004), reflete simbolicamente os conflitos interracializados que ocorriam naquele momento nos EUA. Cooper é intolerante e se recusa a ajudar Ben, mesmo quando todos os outros se recusam a ficar do seu lado.

[...] a briga entre o protagonista negro Ben e o homem branco mais velho, Harry Cooper, cria uma tensão real na casa durante a segunda metade do filme. O frágil espaço doméstico no qual esses sete seres humanos buscam refúgio estabelece suas últimas esperanças de sobreviver aos mortos vivos. Mas, qualquer chance que esses sobreviventes poderiam ter, é perdida quando os dois homens adultos rivalizam por superioridade. Quando Tom implora a eles que “nós todos ficaríamos melhores se nós três estivéssemos trabalhando juntos” fica claro que ele fala não apenas sobre o obstáculo momentâneo mas também sobre qualquer possibilidade de sobreviver a longo prazo (PHILLIPS, 2012, p. 28, tradução nossa).²⁸

Ben e Harry debatem agressivamente. De acordo com Dotson (2006), apesar de nenhuma injúria racial ser verbalizada por Harry, contra Ben, a discussão dos dois tem um clima racial. Para a autora, se a cena não fosse realizada por um ator negro e outro ator branco ela perderia a sua intensidade e seria bem menos poderosa.

No final do filme Ben perde o controle e cede ao caos ao seu redor, num ataque de fúria, Ben toma a arma de Harry e atira nele. Em seguida, Ben parece atordoado com a violência que ele mesmo comete. De acordo com Clark (2004), isso afirma que Ben não se tratava de um homem violento, mas que a condição que ele está vivendo o coloca nessa situação.

Esse olhar de auto-reconhecimento encapsula um dos principais temas de Night. Enquanto o canibalismo dos mortos vivos é verdadeiramente perturbador, o que é ainda mais aterrorizante que os zumbis, é a maneira que os humanos tratam uns aos outros. Incapazes de superar o medo, a inveja e o orgulho, os humanos na casa nunca são bem sucedidos na tarefa de formar uma unidade aderente e funcional. Ben, abatido, retira-se ironicamente para o porão de Cooper como o seu último refúgio em uma casa infestada pelos mortos andantes (DOTSON, 2006, p. 56, tradução nossa).²⁹

A milícia e os signos visuais da violência policial

Pela manhã, uma milícia improvisada por outros sobreviventes, faz uma varredura no local em busca de zumbis. Armados, atiram na cabeça das criaturas que encontram para matá-las. Esta milícia se aproxima da casa, quando Ben sai sozinho do porão, sendo o único personagem que sobreviveu à noite. Ao se aproximar da janela, Ben leva um tiro na testa, dado por um atirador da milícia. Dotson (2006) aponta que:

28 “[...] the bickering between Ben, the African American protagonist, and the older white man Harry Cooper creates the real tension in the house during the film's second half. The fragile domestic space within which the seven humans seek refuge marks their last hope to hold out against the living dead. But whatever chance these survivors might have is lost as the two adult males vie for superiority. When Tom implores them, “We'd all be better off if all three of us were working together,” it is clear that he speaks not only to the momentary obstacle but also to any long-term possibility for survival” (PHILLIPS, 2012, p. 28).

29 “This look of self-recognition encapsulates one of the major themes of Night. While the cannibalism of the living dead is truly disturbing, what is even more horrifying than the zombies is the way human beings treat one another. Unable to overcome fear, jealousy, and pride, the humans in the house never succeed in forming a cohesive, functioning unit. Ben, dejected, retreats ironically to Cooper's cellar as the last place of refuge in a house swarming with the walking dead” (DOTSON, 2006, p. 56).

Um final niilista como este era inacreditável para os espectadores que estavam acostumados a ver o herói conquistar o monstro, não importasse como. Parecia injustamente irônico que Ben, após sobreviver aos ataques de zumbis contra todas as probabilidades, fosse morto por um humano (DOTSON, 2006, p. 62, tradução nossa).³⁰

Há autores que argumentam que Ben foi confundido com um zumbi pela milícia, porém, de acordo com Wood (1986), Shapiro (2002), Dotson (2006) e Phillips (2012), George A. Romero deixou evidências que esse evento não se tratou de um acidente. Durante as sequências que retratam a milícia, o cineasta fez uso de imagens que estavam no imaginário norte-americano já que se repetiam frequentemente nos noticiários: a repressão civil e policial contra aqueles que se opunham ao governo e manifestavam na década de 1960. O cineasta optou por filmar em preto e branco para remeter a imagens realistas, os jornais ainda eram transmitidos em preto e branco no período, enquanto o cinema já fazia uso da película colorida. Além disso, fez uso de elementos icônicos como os cachorros, as vestimentas e a aparência da milícia remetendo aos segregacionistas que se opunham aos manifestantes negros.

Os espectadores não esperavam que Ben morresse. Até aquele momento, os filmes de terror haviam, através da repetição, criado uma regra de que o herói nunca morria. “O surrado, destruído, quase morto protagonista deve se recuperar durante o climax do filme e derrotar os monstros” (DOTSON, 2006, p. 56, tradução nossa).³¹ George A. Romero quebrou essa regra e criou uma nova possibilidade para o cinema de terror.

Sua estratégia se popularizou e foi copiada por outros diretores, “quinze anos depois de Ben tomar um tiro na cabeça, o final infeliz se tornou lugar comum” (NEWMAN, 2011, p. 15, tradução nossa).³² Ainda que outros filmes já tivessem feito uso do final inconclusivo, segundo Newman (2011) o final de “Night of the Living Dead” (1968) deu uma idéia sobre o terror no cinema ainda inédita, a de que os esforços, o heroísmo e a resistência, eram inúteis.

Aos espectadores, que durante todo o filme aprenderam a se preocupar e temer os zumbis, no fim, fica a sugestão para refletir sobre o aspecto destruidor da ordem social vigente, não apenas no filme, mas também em suas vidas.

Através da morte de Ben uma metáfora é construída: a de que a milícia e os zumbis são a mesma coisa.

[...] a cor do herói, isso é, seu status racial, é muito importante porque significa que ele é o “outro”. Ainda assim, a audiência é claramente induzida a se identificar com ele, não como uma vítima, mas como o verdadeiro herói americano, embora um herói trágico. O destino de Ben nos perturba porque atinge aquilo que a média majoritária dos americanos, ao menos alega que, tem como mais valioso: a crença de que todos somos iguais, todos que trabalham duro chegam ao topo e de que cada indivíduo faz a diferença. Ben atinge proporções heróicas por sobreviver à noite e tentar ajudar os outros personagens. Ao fim, apesar disso, ele se esfarela moralmente sob a pressão e é, sem cerimônias, assassinado porque aparenta ser muito parecido com um zumbi (SHAPIRO, 2002, p. 156, tradução nossa).³³

30 “Such a nihilistic ending was unbelievable to audiences who were used to seeing the hero conquer the monster, no matter what. It seemed unfairly ironic that Ben, after surviving the zombie attacks against all odds, is killed by a human” (DOTSON, 2006, p. 62).

31 “The beat-up, broken down, nearly dead protagonist is supposed to recover during the climax of the film and defeat the monsters” (DOTSON, 2006, p. 56).

32 “Fifteen years after Ben got shot in the head, the unhappy ending was a commonplace” (NEWMAN, 2011, p. 15).

33 “[...] the hero's color, that is, his racial status, is very important because it signifies his “otherness”. And yet the audience is clearly intended to identify with him not as a victim but as a true American hero, albeit a tragic hero. Ben's fate disturbs us because it flies in the face of what mainstream Americans, at least, profess to hold most dear: the beliefs that we are all equal, everyone who works hard can make it to the top, and each person can make a difference. Ben achieves heroic proportions by surviving the night and attempting to help his fellow characters. In the end, though, he crumbles morally under the pressure and is unceremoniously shot because he looks too zombie-like” (SHAPIRO, 2002, p. 156).

Dotson (2006) afirma que não é possível ignorar que a performance de Duane Jones como Ben foi um divisor de águas para os personagens negros em filmes de zumbi, e também para os filmes de terror como um todo, um gênero no qual a maior parte dos atores negros eram escalados como “escravos zumbis”. Na mesma linha de raciocínio, Clark (2004) defende que:

Ben não é meramente ‘um homem negro’, mas um ser humano totalmente construído com o qual os espectadores se identificam fortemente. Sua morte, no fim do filme, é poderosa somente porque Jones criou um personagem tão crível e tão simpático (CLARK, 2004, p. 16, tradução nossa).³⁴

Sobre o assassinato de Ben, Phillips (2012) afirma o seguinte:

Incontestavelmente, este fim traumático reflete a era na qual o filme foi lançado; 1968 foi um ano que testemunhou a maior parte dos impulsos otimistas dos anos anteriores chegarem a súbitos, e constantemente violentos, fins (PHILLIPS, 2012, p. 40, tradução nossa).³⁵

De acordo com Dotson (2006), George A. Romero mudou o cenário dos filmes de zumbi tão significativamente, que depois da sua obra uma nova onda de zumbis surgiu, já não mais relacionada ao vodu, e atores negros não mais eram escalados para interpretar o escravo zumbi de um mestre branco. Filmes de zumbis descartaram completamente a divisão entre zumbis brancos e negros, de forma que a zumbificação poderia atingir a todas etnias ou raças de uma forma bastante democrática.

Em seguida de Night, personagens negros não eram mais sujeitados a interpretar escravos zumbis alienados para mestres de zumbis brancos, mas sim colocados lado a lado, negros e brancos, os quais juntos lutariam contra os mortos-vivos que eram pessoas de todas as raças, religiões, etnias e origens econômicas (DOTSON, 2006, p. 66, tradução nossa).³⁶

34 “Ben isn’t merely ‘a black man,’ but a fully sketched human being with which audiences strongly identify. His death at the end of the film is powerful only because Jones has created such a believable and likeable character” (CLARK, 2004, p. 16).

35 “Undoubtedly, this traumatic ending reflects the era in which it was released; 1968 was a year that saw most of the more optimistic impulses of the previous years come to sudden, often violent, ends” (PHILLIPS, 2012, p. 40).

36 “Following Night, black characters were no longer subjected to playing mindless zombie slaves to white zombie masters but rather were positioned alongside both whites and blacks, who together would fight against the undead who were people of all races, religions, ethnicities, and economic backgrounds” (DOTSON, 2006, p. 66).

Referências

- CALLAN, Jim. *America in the 1960s*. New York: Facts on File, 2005.
- CLARK, Mark. *Smirk, Sneer, and Scream: Great Acting in Horror Cinema*. Jefferson: McFarland, 2004.
- DOTSON, Jennifer Whitney. *Considering Blackness in George A. Romero's "Night of the Living Dead": an historical exploration*. [tese] Baton Rouge: Louisiana State University; 2006.
- GINNEKEN, Jaap Van. *Screening Difference: How Hollywood's Blockbuster Films Imagine Race, Ethnicity, and Culture*. Lanham: Rowman & Littlefield, 2007.
- GUERRERO, Ed. *Framing Blackness: The African American Image in Film*. Philadelphia: Temple University Press, 1993.
- ISSERMAN, Maurice; KAZIN, Michael. *America Divided: The Civil War of the 1960s*. New York: Oxford University Press, 1999.
- MORGAN, Edward. *The Sixties Experience: Hard Lessons About Modern America*. Philadelphia: Temple University Press, 1992.
- NEWMAN, Kim. *Nightmare Movies: Horror on Screen Since the 1960s*. New York: Bloomsbury Publishing, 2011.
- PHILLIPS, Kendall R. *Dark Directions: Romero, Craven, Carpenter, and the Modern Horror Film*. Carbondale: Southern Illinois University Press, 2012.
- SEABROOK, William. *The magic island*. San Diego: Harcourt, Brace and Co, 1929.
- SHAPIRO, Jerome. *Atomic Bomb Cinema: The Apocalyptic Imagination on Film*. New York: Routledge, 2001.
- STAM, Robert. *Introdução à teoria do cinema*. Traduzido por: Fernando Mascarello. Campinas: Papirus Editora, 2000.
- WOOD, Robin. *Hollywood from Vietnam to Reagan*. New York: Columbia University Press, 1986.

Referências audiovisuais:

- Birth of a Nation*. GRIFFITH, D W. EUA: 1915. 187 minutos
- I Walked with a Zombie*. TOURNEUR, Jacques. EUA: 1943. 69 minutos
- King Kong*. COOPER, Merian; SCHOEDSACK, Ernest. EUA: 1933. 100 minutos
- Night of the Living Dead*. ROMERO, George A. EUA: 1968. 96 minutos
- White Zombie*. HALPERIN, Victor. EUA: 1932. 69 minutos

O conto de fadas como representação do feminino nas publicidades da marca O Boticário

Maira Guimarães¹

Resumo

O discurso publicitário quase sempre é considerado como algo inovador e transgressivo, no entanto, ao analisarmos algumas peças publicitárias, constatamos a presença da reafirmação de imaginários sociodiscursivos que apenas endossam os papéis sociais. Desta forma, ao compreendermos a imagem como um modo de representação dos mundos visíveis e invisíveis, buscamos em nosso estudo analisar a construção dos imaginários sociodiscursivos femininos presentes em duas publicidades da marca O Boticário. Pautando o nosso referencial teórico na Análise do discurso de orientação francesa, utilizaremos a Teoria Semiolinguística elaborada por Charaudeau (2008) e a Grade de análise de imagens proposta por Mendes (2010).

Palavras-chave

Mídia impressa; discurso publicitário; imaginários sociodiscursivos.

Introdução

Na perspectiva da Análise do Discurso, o discurso icônico é constituído por variados corpora: pintura, publicidade, história em quadrinhos, fotografia, filme, entre outros. Do latim, *imago*: “representação, forma, imitação, aparência”², a imagem é um meio de expressão social e cultural que assume o papel de portadora de significados e representações de uma sociedade. Para o entendimento da imagem, não precisamos de um conhecimento linguístico específico no que se diz respeito ao domínio de um idioma, deste modo, podemos interpretar uma imagem referente a qualquer país do mundo (caso ela não apresente um discurso verbal que auxilie na sua composição). Para exemplificar a nossa afirmação, podemos citar a empresa italiana de moda Benetton, posto que as suas publicidades são conhecidas em todo mundo por causarem polêmica e apresentarem certo caráter transgressor.

A frase popular: *Uma imagem vale mais que mil palavras* corrobora para a importância do discurso icônico nos dias atuais. Assim como o discurso verbal, o icônico pode reforçar as estratégias de argumentação e expor os mais diversos pontos de vista sobre um acontecimento ou questão específica. As redes sociais, por exemplo, funcionam como uma espécie do clássico álbum de fotos, onde o usuário exhibe a sua rotina (fotos de viagem, passeios e, até mesmo, refeições), ideologias

1 Mestranda em Estudos Linguísticos pela Universidade Federal de Minas Gerais.

2 Disponível em: <<http://www.priberam.pt/dlpo/default.aspx?pal=imagem>>. Acesso em: 13 de jun. 2013.

e preferências através da postagem de imagens. Deste modo, observamos que o discurso icônico auxilia na representação da imagem de si, ou seja, ao postarmos uma determinada imagem, reafirmamos a nossa identidade³, ao mesmo tempo em que mostramos ao outro quem somos e como nos comportamos em sociedade.

Se o discurso icônico é portador de significações e representações da sociedade, podemos alegar que a publicidade também se vale de tal papel? Certamente, a resposta para esta pergunta é afirmativa, visto que o discurso publicitário é um importante *corpus* na análise de ideologias e imaginários sociodiscursivos que circulam em determinado grupo social. Tal discurso reflete os valores de uma comunidade, ao mesmo tempo, em que reforça os comportamentos que são considerados mais bem aceitos socialmente. De acordo com Goliot-Lété *et al.*:

A imagem é traço: traço deixado pela mão do homem sobre muros, paredes, telas, objetos; traço deixado pelas pessoas ou pelas coisas representadas (traço corpuscular no caso da impressão fotográfica); traço da imagética de indivíduos e sociedade. Nesse sentido, ela manifesta presença e constitui uma parte da memória da humanidade. (GOLIOT-LÉTÉ *et al.*, 2008, p.193-194).

Posto isso, consideramos o papel do analista do discurso como essencial para o estudo das representações que circulam no imaginário coletivo da sociedade brasileira contemporânea, uma vez que cabe a este profissional, por meio de metodologias e referenciais teóricos que este considera mais adequados, clarear os caminhos que levam o espectador a desvendar quais os discursos e universos que estão ocultos na publicidade.

O discurso publicitário também segue essa tendência de uma *cultura da imagem* em relação às suas estratégias de venda. Ao fazermos uma breve pesquisa sobre a história da publicidade, notamos que com o passar do tempo, este discurso diminui tanto a extensão quanto a quantidade de seus textos. Deste modo, podemos afirmar que as publicidades dos anos 1930, 1940, 1950 apresentavam uma maior dimensão no que se refere ao discurso verbal se as compararmos com as publicidades dos dias atuais.

Apesar da publicidade brasileira ser mundialmente reconhecida pela sua criatividade por meio de prêmios como o Festival Internacional de Publicidade de Cannes (*Cannes Lions International Advertising Festival*)⁴, no que diz respeito às suas representações sobre os gêneros masculino e feminino, ela se apresenta como desatualizada e obsoleta conforme poderemos observar posteriormente.

O estudo da publicidade, à luz da perspectiva da Análise do Discurso, para alguns pode se caracterizar como algo repetitivo e monótono, uma vez que este discurso é bastante abordado em artigos, teses e dissertações. Para nós, a grande importância do estudo do discurso publicitário se baseia no seu caráter repetitivo, visto que é por meio desta uniformidade que constatamos o endosso de valores e representações sociais. Deste modo, podemos afirmar que a publicidade assume um posicionamento sociológico, já que retrata o comportamento, as crenças e as interações sociais. No *corpus* em questão, encontramos especificamente o modo como a sociedade brasileira atual constrói e considera a representação do feminino. Posteriormente a esta rápida elucidação sobre a importância da imagem nos dias atuais sob a perspectiva do discurso publicitário, julgamos pertinente evidenciarmos a escolha do *corpus* e do recorte teórico.

3 Vale ressaltar que o uso do termo identidade não se refere àquele relacionado à questão do *ser* em oposição ao *parecer* próprio do conceito de *ethos*. Utilizamos este termo de forma mais genérica e menos específica no que diz respeito às suas definições na perspectiva dos estudos da Análise do discurso.

4 "Em 2012, o Festival Internacional de Publicidade de Cannes trouxe 13 novos Leões para agências brasileiras, sendo dois de ouro, três de prata e sete de bronze. Os dois Leões de ouro foram para iniciativas da Ogilvy para propagandas para a Sprite, da Coca-Cola, e a Hellmann's, da Unilever, em Promo & Activation Lions." (Disponível em: <<http://www.advivo.com.br/blog/luisnassif/as-premiacoes-das-agencias-brasileiras-em-cannes-2012>> Acesso em: 13 de jun. de 2013).

1 O corpus e a metodologia

As publicidades selecionadas para este estudo pertencem à campanha publicitária *Conto de Fadas*, lançada em 2005 pela empresa de cosméticos O Boticário. Essa campanha é constituída por quatro anúncios midiáticos que fazem alusão às personagens femininas: Branca de Neve, Cinderela, Chapeuzinho Vermelho e Rapunzel, presentes no gênero discursivo conto de fadas.

Em sua configuração atual, o Grupo Boticário conta com quatro unidades de negócio: O Boticário, Eudora e Quem disse, berenice? – criadas para a comercialização de fragrâncias e cosméticos de marcas próprias, no entanto, voltadas para públicos distintos - e The Beauty Box – que reúne produtos nacionais e importados de beleza.

A escolha do *corpus* se deu por variados motivos, dentre eles, destacam-se o interesse pelo discurso feminino na mídia impressa, mais especificamente, o discurso publicitário. A publicidade possui um duplo papel social, pois ao mesmo tempo que a publicidade deixa transparecer os valores e as ideologias presentes em uma sociedade, ela os reforça. Deste modo, na grande maioria dos casos, as peças publicitárias, ao contrário das propagandísticas, não desempenham o papel de denúncia social. A seguir, apresentamos as duas publicidades estudadas, para, logo após, fazermos um breve comentário a respeito de algumas características semelhantes entre elas.



Figura 1 - Campanha: Conto de Fadas (2005) – personagem Branca de Neve

Fonte: Disponível em: <<http://creativitate2013.wordpress.com/2013/03/03/o-boticario-campanha-contos-de-fadas-2/>> Acesso em: 13 de jun. de 2013.



Figura 2 – Campanha: Conto de Fadas (2005) – personagem Chapeuzinho Vermelho

Fonte: Disponível em: <<http://creativitate2013.wordpress.com/2013/03/03/o-boticario-campanha-contos-de-fadas-2/>> . Acesso em: 13 de jun. de 2013.

Com o propósito de descrever a representação feminina, julgamos importante mencionar que utilizamos o termo representação sob um enfoque mais geral. Deste modo, evidenciamos que o nosso caminho metodológico não se pauta na noção de representações sociais elaborada por meio dos estudos do sociólogo Émile Durkheim (1858-1917) no século XIX e nos estudos contemporâneos dos teóricos Moscovici e Jodelet.

Para discutirmos a abordagem do feminino, iremos nos apoiar no conceito de imaginários sociodiscursivos de Charaudeau (2007), uma vez que consideramos tal conceito mais apto para enfocar a concepção de um real fabricado a respeito de uma questão social específica, tanto sob o viés da materialidade linguística, quanto sob o viés da materialidade icônica. Segundo Charaudeau:

O imaginário não é verdadeiro nem falso. Ele é uma preposição de visão de mundo que se apoia sobre os saberes que constroem os sistemas de pensamento, os quais podem se excluir ou sobrepor uns aos outros. Ele permite que o analista não tenha que denunciar um ou outro imaginário como falso. Este não é o seu papel. Seu papel consiste em ver como os imaginários aparecem, em qual situação comunicacional eles se inscrevem e qual visão de mundo eles testemunham.⁵ (CHARAUDEAU, 2007, p. 59-60) - tradução nossa.

5 L'imaginaire n'est ni vrai ni faux. Il est une proposition de vision du monde qui s'appuie sur les savoirs qui construisent des systèmes de pensée, lesquels peuvent s'exclure ou se superposer les uns les autres. Cela permet à l'analyste de ne pas avoir à dénoncer tel ou tel imaginaire comme faux. Ce n'est pas son rôle. Son rôle consiste à voir comment apparaissent les imaginaires, dans quelle situation communicationnelle ils s'inscrivent et de quelle vision du monde ils témoignent.

A preferência pela noção de imaginários sociodiscursivos também se assentou sobre o fato de nos filarmos à teoria Semiolinguística, no entanto, este propósito não se classifica como exclusivo, posto que consideramos pertinente o diálogo com outras filiações teóricas.

A nossa análise se caracteriza como empírico-dedutiva, isto é, para tal, realizamos um contraste das duas publicidades pertencentes à mesma marca. Primeiramente, faremos um estudo da Grade de análise de imagens fixas proposta por Mendes (2013), para, posteriormente, tratarmos da representação do feminino através do conceito de imaginários sociodiscursivos de Charaudeau (2007). Julgamos importante mencionar que a noção de imaginários sociodiscursivos está presente na Grade de análise de imagens fixas no que se refere à macrodimensão retórico-discursiva dos elementos icônicos.

Gostaríamos de salientar que a escolha do referencial teórico é de responsabilidade do pesquisador, cabendo a ele a função de eleger os teóricos e conceitos que lhe são mais pertinentes de acordo com o objetivo proposto. Neste caso em questão, optamos exclusivamente pela Grade de análises de imagens de Mendes (2013), posto que consideramos a eficácia e completude da referida grade no que diz respeito à abordagem dos conceitos como: os sujeitos do discurso, imaginários sociodiscursivos, efeitos etóticos e efeitos patêmicos. Deste modo, gostaríamos de ressaltar que não é de nossa pretensão esgotar todos os tópicos presentes na metodologia de análise de imagens da referida autora, mais especificamente, buscamos demonstrar um método que consideramos produtivo tanto sob a perspectiva dos estudos da análise do discurso quanto sob a perspectiva das diferentes áreas no que concerne ao discurso icônico.

2 A representação do feminino

Para tratarmos da representação do feminino, iremos elencar alguns conceitos presentes na Grade de análise de imagens fixas (Mendes, 2013) que serão utilizados no decorrer de nossa análise. Posteriormente, aplicaremos estes conceitos ao discurso publicitário proposto, a fim de que, ao final desta explanação, possamos construir o imaginário sociodiscursivo feminino difundido pela marca O Boticário.

Fazendo uma resumida explicação da Grade de análise de imagens, no que se refere ao estrato icônico, encontramos na dimensão situacional do texto e da imagem: a) os sujeitos do discurso; b) o gênero e o estatuto factual / ficcional: a concepção de gêneros de Charaudeau (2004) e a leitura que se terá da imagem de acordo com a Teoria da Ficcionalidade de Mendes (2004); c) efeitos de real, de ficção e de gênero.

Para a macrodimensão retórica-discursiva dos elementos icônicos - Mendes (2013) teve como base teórica os trabalhos de Aumont (1993) e Guimarães (2000) - temos três grandes tópicos de análise. O primeiro tópico é constituído por: a) elementos plásticos: superfície da imagem, gama de cores, gama de valores e matéria da imagem; b) planos e ângulos: o papel do *close*, a disposição dos objetos e a função da moldura; c) pontos de vista: um local real ou imaginário, opinião ou sentimento a respeito de uma questão; d) estrato sonoro-musical: não será abordado no presente estudo, uma vez que as publicidades são imagens fixas.

No segundo tópico, temos a presença dos elementos: a) modo de organização descritivo, narrativo e argumentativo; b) imaginários sociodiscursivos: se relacionam aos saberes de conhecimento e de crença investidos tanto de *pathos* (o saber como afeto), de *ethos* (o saber como imagem de si), quanto de *logos* (o saber como argumento racional) na concepção de Charaudeau (2007); c) elementos etóticos (*ethos*): tipos de *ethé* projetados na imagem, podendo-se estudar as perspectivas

do *ethos* propostos por Maingueneau (2005); d) efeitos patêmicos visados (*pathos*): sentimentos e emoções visados pelo locutor, mas não necessariamente percebidos ou sentidos pelo interlocutor.

E, no último tópico, temos os dados de apoio para-imagéticos, ou seja, os dados que auxiliam na análise da imagem, mas que estão em outras fontes. A seguir demonstramos a referida grade para a análise de imagens fixas:

GRADE DE ANÁLISE DE IMAGENS - [elaborada por Emília Mendes]

Tab. I ESTRATO ICÔNICO	DIMENSÃO SITUACIONAL DA IMAGEM E DO TEXTO			MACRODIMENSÃO RETÓRICO-DISCURSIVA DOS ELEMENTOS ICÔNICOS								DADOS DE APOIO PARAIMAGÉ TICOS
				ELEMENTOS TÉCNICOS DA IMAGEM				DIMENSÃO DISCURSIVA E DE EFEITOS				
	SUJEITOS DO DISCURSO [EUC, EUE, TUO, TUI]	GÊNERO & ESTATUTO FACTUAL/ FICTIONAL	EFEITOS [DE REAL, DE FICÇÃO E DE GÊNERO]	ELEMENTOS PLÁSTICOS	PLANOS E ÂNGULOS	PONTOS DE VISTA	ESTRATO SONORO- MUSICAL	MODO DE ORGANIZA ÇÃO DESC. NAR. E ARG.:	IMAGINÁRIOS SOCIO- DISCURSIVOS	ELEMENTOS ETÓTICOS (ETHOS)	EFEITOS PATÊMICOS VISADOS (PATHOS)	
EVENTO: X												
DURAÇÃO TOTAL DO EVENTO												

Tab. II ESTRATO VERBAL	DIMENSÃO SITUACIONAL DA IMAGEM E DO TEXTO			MACRODIMENSÃO RETÓRICO-DISCURSIVA DOS ELEMENTOS VERBAIS								DADOS DE APOIO PARATEX- TUAIS
				CATEGORIAS DE LINGUAGEM (e organização enunciativa)			DIMENSÃO DISCURSIVA E DE EFEITOS					
	SUJEITOS DO DISCURSO [EUC, EUE, TUO, TUI]	GÊNERO & ESTATUTO FACTUAL/ FICTIONAL	EFEITOS [DE REAL, DE FICÇÃO E DE GÊNERO]	ALOCUÇÃO DELOCUÇÃO E ELOCUÇÃO	MODALIZADOR ES E MARCADORES	OUTRAS CATEGORIAS QUE PERTINENTES PARA A ANÁLISE	MODO DE ORGANIZA ÇÃO DESC. NAR. E ARG.:	IMAGINÁRIOS SOCIO- DISCURSIVOS	ELEMENTOS ETÓTICOS (ETHOS)	EFEITOS PATÊMICOS VISADOS (PATHOS)		
EVENTO: X												

Figura 3 – Grade de análise de imagem fixa

Fonte: Nota de aula da disciplina “Discurso e Imagem” / FALE – UFMG oferecida pelo programa de Pós-graduação em Estudos Linguísticos no primeiro semestre de 2013

Para darmos início à nossa análise, explicitaremos primeiramente os sujeitos do discurso situados na dimensão situacional. Segundo Charaudeau (2008[1983]), o ato de linguagem se define como inter-enunciativo, uma vez que se realiza na presença de quatro sujeitos da linguagem. Destes quatro sujeitos, dois concernem ao circuito externo de fala (seres físicos, ou melhor, sociais) e dois ao circuito interno (seres não físicos, ou seja, seres de fala). Para o primeiro circuito, temos o sujeito EU comunicante e o sujeito TU destinatário, e para o segundo circuito, constatamos o sujeito EU enunciator e o sujeito TU interpretante.

No que se refere a aplicabilidade destes sujeitos em ambas as publicidades estudadas, consideramos que o EU comunicante se institui como compósito: a agência de publicidade e a marca O Boticário. O parceiro comunicacional deste sujeito – TU destinatário – é representado pelo público feminino idealizado pela marca. Para os sujeitos de fala, a configuração ocorre da seguinte maneira: o EU enunciator é estabelecido pelo próprio gênero publicidade e o TU interpretante é definido como o

público em geral, isto é, qualquer pessoa que pertença ao gênero feminino ou masculino e que tenha contato com este anúncio. Para nós, o que se destaca nesta definição dos sujeitos da linguagem é o seu caráter assimétrico, visto que a interlocução entre os quatros sujeitos da linguagem nem sempre ocorre da forma mais “adequada”, ou seja, o TU destinatário pode não coincidir com o TU interpretante. Gostaríamos de assegurar que não vamos nos ater a todos os aspectos da referida grade, mas destacamos que ela pode servir como um importante instrumento de orientação para a leitura do analista para os diferentes *corpora* que se valem do discurso icônico na sua composição.

A seguir, trataremos da dimensão discursiva e de efeitos apresentados por Mendes (2013) com o objetivo de enfocarmos a função dos efeitos etóticos (*ethos*) para a construção dos imaginários sociodiscursivos pertencentes ao universo feminino.

A escolha da marca O Boticário, devido à utilização das personagens Branca de Neve e Chapeuzinho Vermelho, pode ser considerada como satisfatória, dado que a grande maioria do público-alvo possui conhecimento dos contos de fadas relacionados às personagens. De maneira superficial, nos dois contos apresentados, as personagens principais sofrem alguns infortúnios (causados pela madrasta – no caso do conto Branca de Neve – e pelo lobo mau – no caso da história de Chapeuzinho Vermelho) e, com o auxílio de amigos, elas conseguem se salvar dos males que as afligem.

Os contos Branca de Neve e Chapeuzinho Vermelho povoam os imaginários sociodiscursivos da sociedade ocidental como um todo e, por conseguinte, da comunidade brasileira de um modo geral. Eles fazem parte do universo de histórias infantis que se depositam na memória coletiva desta sociedade e, no decorrer de seus enredos, podemos encontrar a presença de alguns valores sociais e ideologias, como por exemplo, a dicotomia bem *versus* mal e o reconhecimento da amizade como um bem valioso.

Julgamos conveniente destacar que a marca O Boticário corrobora com a idealização das referidas personagens vinculadas aos estúdios Walt Disney. A seguir, demonstramos como as referidas publicidades retratam fielmente a imagem de ambas as personagens:



Figura 4 – Branca de Neve e Chapeuzinho Vermelho / Estúdio Walt Disney

Fonte: Disponível em: <<http://cinema.terra.com.br/>>. Acesso em: 13 de jun. de 2013.

A imagem física das modelos-personagens retratadas nas publicidades também fazem referência ao imaginário sociodiscursivo ocidental, especialmente no que diz respeito à vestimenta. O modo de vestir é um fator que merece destaque na questão da corporalidade, posto que ele, juntamente com os gestos e os tons da fala, integram os elementos etóticos (*ethos*) localizados na dimensão discursiva e de efeitos pertencentes à grade de análise de imagens fixas de Mendes (2013).

À luz dos estudos pertencentes à Análise do Discurso, a noção de *ethos* pode ser encontrada nos estudos de Maingueneau (1984). Segundo Amossy:

O *ethos* retórico foi, entretanto, principalmente retomado e elaborado nos trabalhos de Maingueneau. O enunciador deve legitimar o seu dizer: em seu discurso, ele se atribui uma posição institucional e marca sua relação a um saber. No entanto, ele não se manifesta somente como um papel e um estatuto, ele se deixa aprender também como uma voz e um corpo. O *ethos* se traduz também no tom, que se relaciona tanto ao escrito quanto ao falado, e que se apoia em uma dupla figura do enunciador, aquela de um caráter e uma corporalidade. (AMOSSY, 2008, p. 220).

Ainda no que diz respeito à corporalidade, podemos delinear a questão do olhar de ambas as modelos-personagens do discurso publicitário. Ao contrário das personagens dos contos infantis, as modelos não apresentam um *ethos* angelical, ingênuo, e frágil, visto que, nas publicidades, observamos exatamente a ideia contrária: mulheres que demonstram confiança, poder e sensualidade. Esta leitura pode ser corroborada com os discursos verbais, uma vez que na primeira publicidade encontramos: *Era uma vez uma garota branca como a neve, que causava muita inveja não por ter conhecido sete anões. Mas vários morenos de 1,80m.* Este discurso endossa a imagem do poder e da sensualidade atribuída à modelo-personagem que representa a Branca de Neve. De modo similar, a segunda publicidade apresenta a afirmação: *A história sempre se repete. Todo Chapeuzinho Vermelho que se preze, um belo dia, coloca o lobo mau na coleira.* Para nós, é importante destacar que tanto a Branca de Neve quanto a Chapeuzinho Vermelho podem ser substituídas por qualquer mulher, desde que ela seja consumidora dos produtos da marca O Boticário.

Com base nos argumentos defendidos acima sobre o ponto de vista da corporalidade, ou seja, o modo de vestir e de olhar, buscamos demonstrar como estes elementos contribuem para a construção do imaginário sociodiscursivo feminino correlacionado ao *ethos* de sensualidade, paixão e sedução.

Por fim, julgamos pertinente destacar que, conforme foi dito na introdução do nosso artigo, a publicidade brasileira, no que diz respeito às suas representações sobre o gênero feminino, se apresenta como desatualizada e obsoleta. Porém, podemos dizer que esta afirmação é contraditória, uma vez que, com base na análise feita sob viés dos elementos etóticos, apresentamos uma mulher que possui uma imagem relacionada à sensualidade, paixão e poder? Seríamos contraditórios se não levássemos em consideração que a publicidade faz parte de um mercado e este mercado, assim como todos os outros, se baseia em princípios econômicos. Deste modo, espera-se que o discurso publicitário acompanhe as mudanças sociais e históricas com a finalidade mercadológica de vender mais por meio das estratégias de persuasão e empatia com o público-alvo. Seria adequado, portanto, que a publicidade retratasse uma mulher que se preocupa com as questões estéticas e amorosas, uma vez que estes imaginários sociodiscursivos são característicos do mundo feminino desde há muitos séculos.

Para alguns, ambas as publicidades podem simbolizar uma mulher moderna, capaz de ultrapassar as barreiras dos valores sociais e colocar os homens à sua disposição, no entanto, acreditamos que este tipo de leitura pode se caracterizar como uma espécie de *armadilha* para o analista. Para nós, o que ocorre nos dois casos é a representação de uma *falsa modernidade*, uma vez que o imaginário sociodiscursivo retratado se baseia na preocupação da mulher com a estética e com os

sentimentos, sendo estes capazes de causar inveja em outras mulheres. Posto isto, a mulher do século XXI continua a ser representada pelos mesmos imaginários sociodiscursivos dos contos de fadas do século XIX: a mulher jovem e branca que seduz o homem por meio da sua beleza e dotes físicos esperando assim encontrar o seu príncipe encantado e, como nos contos infantis, concretizar a clássica frase: *e viveram felizes para sempre*.

3 Considerações finais

A análise das publicidades pertencentes à campanha: *Conto de Fadas* da marca O Boticário nos possibilita verificar que os imaginários sociodiscursivos relacionados ao universo da mulher fazem referência à sensualidade, à paixão e à sedução. Apesar de ambas as publicidades apresentem a retratação da mulher como alguém que é moderna e que rompe com alguns valores sociais, pudemos constatar que este *modernismo* não é tão inovador assim, uma vez que, em um passado remoto, o imaginário sociodiscursivo feminino já fazia menção à figura da mulher como aquela que tem como função conquistar o homem através de sua beleza.

Esta constatação serve para endossar o nosso argumento apresentado na introdução deste artigo, no qual o discurso publicitário não pode ser caracterizado como inovador, apesar de receber alguns prêmios internacionais por sua criatividade. Mais uma vez, assim como em outros artigos, teses e dissertações, conseguimos demonstrar que, na maioria dos casos, a publicidade reforça valores e ideologias que se depositam na memória coletiva de uma sociedade através da distinção dos gêneros feminino e masculino por meio da dicotomia sensibilidade *versus* racionalidade.

Esta dicotomia pode ser representada pelo dito popular: *Homem que é homem não chora*, ao mesmo tempo que representa valores sociais e morais que são considerados como bem aceitos para a comunidade contemporânea brasileira. No caso do dizer popular mencionado acima, o choro não é visto como um efeito fisiológico pertencente aos seres humanos que se baseia na produção de lágrimas nos olhos, visto que o ato de chorar representa uma significação dada e compartilhada social e culturalmente. Neste caso, o choro simboliza a expressão da emoção causada por sentimentos como tristeza, medo, saudade, alegria e, conseqüentemente, a demonstração da sensibilidade.

Assim como na sociedade do século XIX – época em que foram produzidos os contos de fadas Branca de Neve e Chapeuzinho Vermelho – a sociedade atual insere a sensualidade, a paixão e a sedução, no imaginário sociodiscursivo feminino, posto que é a mulher que se interessa e dá importância aos sentimentos amorosos e afetivos. A ideia da existência do príncipe encantado não é algo pertencente somente ao gênero discursivo conto de fadas, visto que a todo momento, nós mulheres somos bombardeadas por este imaginário sociodiscursivo em novelas de televisão, filmes de comédia romântica, livros de romance e publicidades, como foi demonstrado neste artigo.

Referências

AUMONT, Jacques. *A Imagem*. Campinas: Papirus, 1993.

AMOSSY, Ruth. Verbete sobre ethos em Análise do Discurso. In: CHARAUDEAU, Patrick e MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto, 2008.

CHARAUDEAU, Patrick. *Linguagem e discurso: modos de organização*. São Paulo: Contexto, 2008.

CHARAUDEAU, Patrick. Les stéréotypes, c'est bien, les imaginaires, c'est mieux. In: BOYER, H. *Stéréotypage, stéréotypes : fonctionnements ordinaires et mises en scène. Langue(s), discours*. Vol. 4. Paris, Harmattan, 2007. p 49-63.

CHARAUDEAU, Patrick. Visadas, gêneros situacionais e construção textual. In: MACHADO, Ida L. & MELLO, Renato. (Orgs.). *Gêneros: reflexões em análise do discurso*. Belo Horizonte: NAD/FALE/UFMG, 2004.

GUIMARÃES, L. *A cor como informação: a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia da cores*. São Paulo: Annablume, 2000.

JOLY, M.; GOLIOT-LÉTÉ, A.; LANCIEN, T; LE MEE, I. C.; VANOYE, F. *Dictionnaire de l'image*. Paris: Vuibert, 2008.

MENDES, Emília. *Grade de análise de imagem fixa*. Nota de aula da disciplina "Discurso e Imagem" oferecida pelo Programa de Pós-graduação da Faculdade de Letras da UFMG. 1o semestre de 2013. Nota de aula.

MENDES, Emília. *Contribuições aos estudos do conceito de ficcionalidade e de suas configurações discursivas*. Faculdade de Letras da UFMG, 2004. 267 p. (Tese, Doutorado em Estudos Linguísticos).

MAINGUENEAU, Dominique. Ethos, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, R. (Org.) *Imagem de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005. p. 69-92.

MAINGUENEAU, Dominique. *Genèses du discours*. Liège: Mardaga, 1984.

Sob o signo do silêncio: O discurso machadiano e a questão da identidade n'O Alienista em quadrinhos

Lucas Piter Alves Costa¹

Resumo

Fábio Moon e Gabriel Bá publicaram uma tradução intersemiótica em quadrinhos d'O *Alienista*, conto de Machado de Assis. O *Alienista* de Moon e Bá é uma obra autoral, um *quadrinho de autor*. Com o objetivo de delimitar uma identidade discursiva para O *Alienista* em quadrinhos, e com base em pressupostos de Costa (2013), Maingueneau (1997) e Mello (2002a, 2002b), o presente trabalho aborda as manifestações de *quadros silenciosos* na obra, essas como tentativa de silenciar a voz machadiana e fazer falar a voz do discurso quadrinístico. Os resultados apontam como Moon e Bá engendram uma obra nova através do trabalho com a linguagem dos quadrinhos, e como a identidade d'O *Alienista* se forma a partir da relação interdiscursiva, numa relação de alteridade entre o *dito* machadiano e o *dizer* de Moon e Bá.

Palavras-chave

Análise do discurso; História em quadrinhos; O *Alienista*; Fábio Moon; Quadros silenciosos.

Considerações iniciais

O discurso se constitui em uma relação de alteridade. O *Alienista* em quadrinhos, tradução intersemiótica da obra homônima de Machado de Assis, por Fábio Moon e Gabriel Bá, nos leva a lidar com tipos particulares de instituições e valores, a saber: a Literatura e os Quadrinhos. Por sua pretensão autoral, de obra de quadrinhos, de *discurso perene*, estamos lidando com um enunciado escrito e *inscrito*.

O *Alienista* pretende ser um texto com *status* de livro, uma obra de quadrinhos inscrita na instituição discursiva quadrinística. Mas afinal, o que faz de um enunciado uma obra (autoral)? Como os autores engendraram uma obra nova através do trabalho com a linguagem dos quadrinhos? E como a identidade d'O *Alienista* se forma a partir da relação interdiscursiva, numa relação de alteridade entre o *dito* machadiano e o *dizer* de Moon e Bá?

Falar, em uma dada instituição discursiva, é *fazer dizer* a sua voz em detrimento da voz do(s) Outro(s). Esse "silêncio pode, desse modo, ser concebido, aqui, como uma presença real na constituição social do(s) sentido(s), dos múltiplos sujeitos da enunciação e da linguagem." (MELLO,

¹ Mestre em Letras pela Universidade Federal de Viçosa (UFV). Doutorando em Estudos Linguísticos pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

2002b, p. 89). Moon e Bá constituem sua identidade autoral e também a identidade discursiva d'O *Alienista* – de um *Alienista* – por meio do *silenciamento* elaborado do discurso machadiano.

Neste trabalho, tentaremos apreender a alteridade do discurso quadrinístico n'O *Alienista* e traçar o percurso de trabalho da linguagem em quadrinhos na tentativa de silenciamento da voz machadiana. Cientes de nossas limitações e de que *O Alienista* em quadrinhos traz sequências que mostram claramente sua alteridade, tentaremos acessar a heterogeneidade do discurso de Moon e Bá em relação ao discurso machadiano naqueles fragmentos menos evidentes, nos quais não se encontra um trecho machadiano visível, mas sim uma imagem sem palavras, que pode estar ou não íntima e diretamente ligada a um trecho d'O *Alienista* de Machado. Em todo caso, trata-se de uma tentativa de silenciamento. Por meio das imagens sem palavras, objetivamos rastrear as marcas machadianas silenciadas na criação da identidade discursiva d'O *Alienista* em quadrinhos. Para esse fim, teceremos a seguir considerações sobre as linhas teóricas que nortearão nossas análises subsequentes.

O signo do silêncio

Por ser uma narrativa visual, os quadrinhos gozam de um recurso ínsito: o uso do silêncio de forma *explícita* e não *anunciada*, criando efeitos diversos no processo de leitura, sobretudo com a *memória* e o *tempo*, ou com o que é *dito* e *não dito*. Ao abordar esse assunto, McCloud (1995) não chega a categorizar os tipos de silêncio(s) presentes nos quadrinhos. Nossa intenção também não é fazer essa taxinomia, mas precisamos diferenciar algumas manifestações para análises posteriores, uma vez que o teórico supracitado utiliza indiferentemente as conjunções quadro *mudo*, quadro *sem som*, quadro *silencioso*, etc.

Com base nas informações de McCloud (1995) sobre o silêncio nos quadrinhos e nas observações de ocorrências generalizadas n'O *Alienista*, elaboramos três maneiras de distinguir esses quadros ou enquadramentos. Como nos quadrinhos, som, tempo e palavra estão relacionados, chamaremos, *ad hoc*, essa relação entre o som, o tempo e o *estrato verbal* dos enquadramentos de *sonocronografia dos enquadramentos no discurso quadrinístico*, que pode ser dividida como a seguir:

(1) **Enquadramento sonoro**: tem a presença de balões de fala e/ou de onomatopeias. Pode ter ou não a presença de recordatários (com indicações cênicas, falas do narrador ou de personagens). Este tipo de enquadramento sempre *diz*, *faz dizer*, e o narrador pode ainda *fazer falar* no universo diegético através dos balões e outros meios de transmitir o som. É o tipo de enquadramento mais comum. Nele, a relação do tempo com a ação é de igualdade: *tempo do som é igual ao tempo da ação*.

(2) **Enquadramento mudo**: tem ausência de balões e onomatopeias. Sempre tem um recordatário ou o seu equivalente. Este tipo de enquadramento *diz*, *faz dizer*, mas não *faz falar*. O narrador tece comentários sobre a ação representada ou não. Pode haver anacronias ou disritmias tempo-espaciais, como nas *combinações paralelas entre palavras e imagens* (McCLOUD, 1995). É um tipo de quadro muito presente em adaptações literárias que tendem a preservar o texto fonte. A relação do tempo com a ação neste tipo de quadro é de alteridade: o *tempo do comentário* é diferente do *tempo da ação*.

(3) **Enquadramento silencioso**: há ausência total de balões, onomatopeias, ou recordatários. É um tipo de enquadramento que *não diz*, mas *faz dizer*. Esse enquadramento, geralmente, é *atemporal*. O tipo de silêncio evocado aqui necessariamente exclui algum *dito* para que o *dizer* seja (novamente) possível.

Em nossa proposta de diferenciação dos silêncios, estabelecemos uma distinção entre *dizer* e *falar*, considerando que toda forma de falar está contida nas formas de dizer. De acordo com Ximenes (2000), o verbete *dizer* guarda como suas significações o ato de “1. Expressar por palavras. 2. Expressar por gestos, por escrito, etc.” (XIMENES, 2000, p. 268). Já o verbete *falar* parece se restringir às

manifestações da palavra: “1. Expressar com palavras. [...] 3. Dirigir a palavra. 4. Saber conversar (em algum idioma) [...]. 7. Expressar-se por palavras.” (XIMENES, 2000, p. 339-340). Disso, apoiamos a ideia de que o silêncio, embora não diga ou fale, ele faz dizer, pois o silêncio é “uma possibilidade do discurso” (MELLO, 2002b, p. 101). O silêncio “‘produz um recorte entre o que se diz e o que não se diz’. Ele produz algo como o *antiimplícito*, produz ‘um não-dito necessariamente excluído’. Este silêncio [constitutivo] estabelece o que fica de fora para se poder significar.” (MELLO, 2002b, p. 100).

N’O *Alienista*, o silêncio muitas vezes substitui passagens do texto machadiano. Se no texto fonte a palavra direciona a interpretação do leitor por eventuais ambiguidades ou alusões, no quadrinho a ausência de palavras expande a possibilidade de sentidos (não há ancoragem ou revezamento na superfície textual, mas, por ser uma tradução intersemiótica, pode haver uma relação com a palavra machadiana omitida). O silêncio traz a possibilidade de outras vozes, sem calar a voz machadiana (calar e silenciar são operações distintas aqui).

Podemos observar que o silêncio n’O *Alienista* (e talvez nos quadrinhos de modo geral) é bem estruturado. O silêncio nos quadrinhos é outro signo complexo, um signo não-verbal, não-fônico, cujo emprego pode assumir inúmeros sentidos. Ele aparece como componente intencional do texto.

O silêncio pode se manifestar nos quadrinhos de inúmeras formas. De maneira geral, dizemos que se manifesta: (a) nas *sarjetas*, sendo este silêncio constitutivo da linguagem quadrinística; (b) nas *reticências* dentro dos balões de fala ou por meio de *balões vazios*, embora sejam recursos raros; (c) nos *quadros sangrados*, como forma de alusão ao que está fora da demarcação do quadro (fora da mancha gráfica), mas que tem existência presumida; (d) nos *quadros mudos*, apenas com *recordatários*, sobretudo nas combinações *paralelas*, em que a discrepância tempo-espacial entre palavras e imagens é maior; e (e) nos *quadros silenciosos*, sem falas de personagens e de narrador (sem recordatários).

O silêncio n’O *Alienista* é um espaço diferenciado da produção de sentidos: é um espaço aberto, onde o leitor pode atuar com maior liberdade: cada leitor pode atribuir às marcas do silêncio sentidos diversos, de acordo com seu repertório pessoal de possibilidades.

Lendo o(s) quadro(s) silencioso(s)

Há várias marcas de heterogeneidade mostrada n’O *Alienista*, algumas são partes explícitas comuns nos dois textos. Outras são operações ancoradas em algum fragmento do conto que foi omitido. Neste caso, algumas partes do conto machadiano que foram transcritas em imagens, do ponto de vista textual, são diferentes, mas do ponto de vista discursivo, podem dizer a “mesma” coisa.

No entanto, se o texto machadiano pode ser mantido *ipsis litteris*, essa forma se dá apenas no estrato verbal. O texto machadiano pode ser *retextualizado*, *ad hoc*, pelo texto em quadrinhos. Logo o discurso verbal machadiano pode continuar presente nas passagens de estrato verbal do quadrinho, mas a alteração, retextualização, reformulação ou quadrinização usando signos visuais já deixa de ser um tipo de heterogeneidade mostrada mais evidente – a intertextualidade externa – e passa a constituir um tipo de heterogeneidade menos evidente se não for pela comparação *pari passu* dos textos – que tipo seria esse, posto que há relativa liberdade criativa do quadrinista em relação ao fragmento verbal omitido?

Alguns aspectos da narrativa machadiana são, de fato, um ponto de difícil tradução intersemiótica. A linguagem verbal oferece uma gama de recursos sintáticos e semânticos distintos dos da linguagem visual. Embora tanto a palavra quanto a imagem sejam capazes de metáforas, a matéria dessas metáforas será operada de forma diferente. Ainda, aspectos subjetivos de uma narrativa são, em tudo, voláteis para uma interpretação, e a tradução é também uma interpretação, como veremos a seguir.

a) Olhos agudos como punhais

Após o Costa ter sido recolhido à Casa Verde, a população de Itaguaí ficou assustada. O Costa era muito estimado na cidade e a população intercedeu por ele. A última pessoa a fazer isso foi a sua prima. Ela contou ao alienista que a razão pela qual o primo gastou tão rapidamente a fortuna que herdara do tio não havia sido loucura, mas sim uma praga que o tio havia recebido: “‘Todo o seu dinheiro não há de durar mais de sete anos e um dia, tão certo como isto ser o sino-salamão!’ E mostrou o sino-salamão impresso no braço.” (ASSIS, 1977, p. 23). A prima atribuiu a isto a razão da rápida dissipação da herança do Costa.



Figura 2 - O Alienista. Prima do Costa. (p. 26)

O que se pode dizer sobre a imagem do quadro 2, acima? Não por falta de conteúdo, mas pela natureza imprecisa do silêncio, somos levados a interpretações diversas. As complexas significações atribuíveis ao(s) silêncio(s) “são, na verdade, reflexos de nossa consciência e que um simples silêncio é o suficiente para desencadear sentidos que espelham todas essas complexidades.” (MELLO, 2002b, p. 120).

Em primeiro lugar, o silêncio liberta o leitor para imaginar o que aconteceu desde a fala da prima até o seu encerramento na Casa Verde. O gesto das mãos em ogiva, comumente associado aos pensadores e observadores, pode ser tomado como uma tentativa de perscrutar a alma da personagem antes de sua internação. O olhar com as sobrancelhas levemente arqueadas pode atribuir piedade ou desdém por parte do alienista, mas seus óculos vazios podem conter a *agudeza de um punhal*. Em suma, não há muito que afirmar: são apenas conjecturações, mas que podem percorrer inúmeros sentidos. No trabalho de (re)elaboração do texto machadiano por meio da linguagem quadrinística, o “silêncio é a condição de possibilidade de o dizer vir a ser outro. No silêncio, o sentido ecoa no sujeito.” (ORLANDI, 2007, p. 154).

A parte do conto equivalente ao quadro silencioso acima (quadro 2) e às ações subsequentes daí é a seguinte, que pôde ser facilmente delimitada:

Bacamarte espetara na pobre senhora um par de *olhos agudos como punhais*. Quando ela acabou, estendeu-lhe a mão *polidamente*, como se o fizesse à própria esposa do vice-rei, e convidou-a a ir falar ao primo. A mísera acreditou; *ele levou-a à Casa Verde e encerrou-a na galeria dos alucinados*. (ASSIS, 1997, p. 23, grifos nossos).

O narrador machadiano faz parecer que o alienista agiu com perfídia: foi educado, cortês, como na tentativa de esconder as intenções de um olhar agudo, para em seguida recolher a senhora. Essa impressão é silenciada na *graphic novel*, exceto pelo procedimento de *qualificação* de aleivosia, que permaneceu em outro recordatário. A “aleivosia do ilustre Bacamarte lançou terror à alma da

população.” (ASSIS, 1977, p. 23).

O silêncio de Moon e Bá não diz o que aconteceu, mas também não desdiz Machado. O enquadramento silencioso *faz dizer*, ele faz *supor que algo aconteceu dali* até o encerramento da senhora na galeria dos alucinados. Para este fim, o recurso da calha tem proeminência. A imagem não corrobora o dito machadiano, embora também não o contradiga. Ela lança o excerto do conto para o espaço da calha, onde todo tipo de interpretação é possível. Desse modo, as duas passagens (quadrinho e conto) são negociáveis, não excludentes. Postas lado a lado, digamos que elas se *revezam*, sem se fecharem.

Em detrimento da imagem de perfídia do alienista criada por Machado nesse fragmento, Moon e Bá abriram espaço para outras faces do personagem. Estava mesmo alucinada a prima do Costa? Ou foi a voz da loucura de Simão que lhe falou interiormente?

b) Entre a admiração ou curiosidade do primeiro vulto de Itaguaí

Mateus ficara rico do fabrico de albardas. Com isso, construiu uma casa grandiosa, dita a mais bela de Itaguaí. “De manhã, com efeito, era costume do Mateus estatelar-se, no meio do jardim, com os olhos na casa, namorado, durante uma longa hora [...]” (ASSIS, 1977, p. 24). O alienista desconfiava de sua loucura já algum tempo, dizendo que o albardeiro talvez padecesse *do amor das pedras*. Mas como Mateus tinha o hábito de posar na janela de sua casa suntuosa, Crispim vem discordar do alienista, alegando que o albardeiro “de manhã examina a obra, não a admira; de tarde, são os outros que o admiram a ele e à obra.” (ASSIS, 1977, p. 25; MOON; BÁ, 2007, p. 28). O alienista considerou esse hábito de Mateus um sintoma de loucura e foi verificar. A sequência mostra Simão e Crispim perscrutando a casa de Mateus.



Figura3 - O Alienista. Admiração do primeiro vulto (p. 29).

O narrador foca ora um tema ora outro da cena, alternando os personagens focados. As transições de tema-a-tema são funcionais para expressar confronto entre personagens. Elas podem ser conjugadas com enquadramentos silenciosos e planos gradativos indo do mais aberto ao mais fechado. O quadro 2 pode ser considerado o que na literatura chamamos de *discurso indireto livre*, pois o ponto de vista pode ser tanto do narrador quanto do personagem Dr. Bacamarte. O mesmo não pode ser dito sobre o quadro 4, pois o plano americano mostrado aqui representa uma aproximação visual não compatível com a localização de Bacamarte.

A descrição técnica nos serve para compreender a natureza das imagens e da cena da qual

elas fazem parte. Trata-se de um confronto, de um diálogo sem palavras, cuja tensão aumenta gradativamente. No quadro 4, do alto de sua casa, Mateus jazia imponente. Por outro lado, com um olhar policial – óculos opacos, frios, mãos unidas atrás das costas –, o alienista observou que algo estava errado. O último enquadramento em plano fechado (quadro 5) encerra a cena. No enquadramento seguinte, o narrador comunica pelo recordatário o desfecho da cena: o recolhimento de Mateus à Casa Verde. No fragmento que recolhemos do conto, grifamos as partes que constam também na história em quadrinhos, por meio de recordatários:

O alienista guiou para os lados da casa do albardeiro, viu-o à janela, passou cinco, seis vezes por diante, devagar, parando, examinando as atitudes, a expressão do rosto. O pobre Mateus, apenas notou que era objeto da curiosidade ou admiração do primeiro vulto de Itaguaí, redobrou de expressão, deu outro relevo às atitudes... Triste! Triste, não fez mais do que condenar-se; no dia seguinte, foi recolhido à Casa Verde. (ASSIS, 1977, p. 25, grifos nossos).

Haveria tido Mateus a intenção de redobrar sua expressão diante do olhar do alienista? No conto, a resposta pende para o *sim*, embora devêssemos considerar que o narrador não seja confiável: que tipo de narrador pode demonstrar tamanha onisciência sobre a atitude de um personagem sendo um narrador de primeira pessoa? Já na história em quadrinhos, permanece a dúvida, mais uma vez. Por fim, lidas comparativamente, as marcas do texto machadiano se sobressaem, e o sentido dos quadros silenciosos em sequência parece se *ancorar* no sentido do texto do conto, figurando como tradução intersemiótica sem acréscimos destoantes.

c) Gesto nublado de suspeitas

O fragmento a seguir é a cena do suposto ciúme de Simão Bacamarte na ocasião das festividades de boas-vindas de D. Evarista, que chegara do Rio de Janeiro. Durante o jantar, “D. Evarista foi o assunto obrigatório dos brindes, discursos, versos de toda a casta, metáforas, amplificações, apólogos”. (MOON; BÁ, 2007, p. 33; ASSIS, 1977, p. 27). Diante de alguns elogios, que muito agradavam a D. Evarista, o Dr. Bacamarte teceu o comentário: “A retórica permite tais arrojos sem significação.” (MOON; BÁ, 2007, p. 33). O último quadro da sequência de transições abaixo é *silencioso*, não tem narração nem diálogos, e ocorre após um elogio exacerbado do personagem Martim Brito a D. Evarista.



Figura 4 - O Alienista. Gesto nublado. (p. 33).

Antes de tudo, cabe distinguir, a partir de Bakhtin (2003), *silêncio* de *quietude*. Embora ambos incidam sobre uma ausência, o silêncio é a ausência da *palavra*, ele só se desfaz pela palavra. A quietude é a ausência de som. Algumas passagens da *graphic novel* podem significar de fato *silêncio* ou até *quietude*. Outras podem ser um *silenciamento* de passagens de uma cena em que haveria palavras, seja na narração ou nas falas de personagens. Seja como for, o uso do(s) silêncio(s) na história em quadrinhos denota uma intencionalidade, como no uso de reticências no texto literário. No texto literário, as reticências têm uma função singular em relação aos outros sinais de pontuação. Elas podem ser uma intenção do autor. Uma omissão intencional de uma informação perceptível no mundo diegético, mas ofuscada ao leitor, negando-lhe acesso a uma parte desse mundo.

A ausência da representação de som no último enquadramento não significa silêncio absoluto na cena, no universo contado. Vê-se, ao fundo, duas senhoras conversando, as mesmas que em cena posterior afirmarão que a atitude do alienista de prender Martim Brito na Casa Verde se deu por ciúmes. Analisando a cena isoladamente, o leitor pode ser levado a concordar com as senhoras na cena ulterior. Mas, considerando as razões que levaram Bacamarte a se casar com D. Evarista, e o comportamento racional do alienista, cabe perguntar: Simão Bacamarte sentiu ciúmes ou não? Ou o gesto oblíquo, nublado, silencioso, seria a constatação de mais um louco de Itaguaí diante dos seus olhos? Eis um efeito de sentido que um quadro silencioso é capaz de perpetuar: a dúvida.

A forma do quadro, que também é um recurso utilizado pelo quadrinista (o autor-escritor), interfere também na leitura do tempo e do sentido do silêncio. Sendo um quadro alongado, sua forma visa direcionar o olhar do leitor pelo seu conteúdo por mais tempo, indo de um lado ao outro da mancha gráfica. Nos quadrinhos, o tempo (representado no interior dos enquadramentos) e o espaço (da página, ocupado por diferentes formas de quadros) estão intimamente ligados, sendo a mesma coisa (McCLOUD, 1995). Ao sugerir a demora na leitura do enquadramento, o autor-escritor convida o leitor a divagações sobre a situação representada.

Elementos plásticos assumem conotações à medida que a cena é interpretada: as manchas escuras espalhadas pelo fundo da imagem podem ser interpretadas como sinal negativo, indicativos de que a atmosfera emocional ficou carregada. O plano médio frontal com a figura de Bacamarte centralizada dá seriedade e gravidade à sua expressão. D. Evarista é colocada como signo secundário, e, ao fundo, as duas mulheres conversando são signos em posição terciária. Elas são indicativos de que outros sentidos estão latentes, mas circundantes ao sentido da figura de Simão. O homem sentado à direita de Simão (quadro 1) é omitido no quadro 4: seu significado não podia concorrer com o de D. Evarista.

Mais do que evidenciar aspectos textuais, devemos lembrar que os personagens são signos complexos: sua significação é mutável e está atrelada às funções que desempenham na trama. Cabe indagar: numa cena cujo ponto de atenção era D. Evarista, por que os signos plásticos se convergiram para o signo icônico do personagem Simão Bacamarte, sem qualquer menção verbal por parte do narrador? O que se passou na mente de Bacamarte que justificasse a articulação do texto da maneira que se deu? Como outros escritores de ficção, os quadrinistas usam o silêncio como opção de linguagem, caracterizando um mundo interior onde as palavras não dão conta de dizer os sentidos.

O quadro silencioso faz surgir a possibilidade de sentidos pela omissão de outros já configurados no texto machadiano. Silenciar Machado é condição ínsita para fazer falar Moon e Bá. “Dessa concepção de silêncio como condição [e possibilidade] de significação, resulta que há uma incompletude constitutiva da linguagem quanto ao sentido.” (ORLANDI, 2007, p. 69). Busca-se desfazer essa incompletude na relação do Mesmo com o Outro. Essa incompletude aponta para a primazia do interdiscurso, e “não deve ser vista como falta, mas como horizonte.” (MELLO, 2002a, p. 289). O quadro silencioso acima coincide com o ponto do texto machadiano que recortamos:

D. Evarista baixou os olhos com exemplar modéstia. Duas senhoras, achando a cortesanice excessiva e audaciosa, *interrogaram os olhos do dono da casa; e, na verdade, o gesto do alienista pareceu-lhes nublado de suspeitas, de ameaças e provavelmente de sangue*. O atrevimento foi grande, pensaram as duas damas. E uma e outra pediam a Deus que removesse qualquer episódio trágico – ou que o adiasse ao menos para o dia seguinte. Sim, que o adiasse. Uma delas, a mais piedosa, chegou a admitir consigo mesma que D. Evarista não merecia nenhuma desconfiança, tão longe estava de ser atraente ou bonita. Uma simples água-morna. Verdade é que, se todos os gostos fossem iguais, o que seria do amarelo? Esta ideia fê-la tremer outra vez, embora menos; menos, porque o alienista sorria agora para o Martim Brito [...]. (ASSIS, 1977, p. 28, grifos nossos).

Nublados de suspeitas parecem ser os comentários que o narrador faz no conto. O narrador tem a capacidade onisciente de dizer o alvoroço mental pelo qual as convidadas passavam, mas não diz uma só verdade onisciente sobre a figura do alienista. Aliás, essa é uma característica do narrador que permeia todo o conto, segundo já nos afirmou Garbuglio (1977) sobre a caracterização de Simão Bacamarte, que evita expansões sentimentais inexistentes no personagem. Tal como ocorre no conto, o gesto do alienista na *graphic novel* se preza a interrogações: esse gesto *não é*, na plenitude objetiva do *ser* que poderíamos afirmar na fala de um narrador onisciente em terceira pessoa. Esse gesto *só parece*.

O quadro 4 da p. 33 traduz uma parte do excerto machadiano equivalente. Nesse sentido, certos signos estão *ancorados* uns aos outros. Por outro lado, no mesmo excerto há sentidos que de forma alguma foram representados, de modo que uma outra camada de sentido permaneça em *revezamento* com o quadro 4. Enquanto as palavras machadianas tentam ancorar e limitar os sentidos da imagem quadrinística, a imagem, reforçada por todo o contexto diegético, amplia os sentidos das palavras que, sozinhas, se reduzem à informação actancial.

Essa constatação mostra que a análise em torno da relação entre palavras e imagens nas histórias em quadrinhos é distinta da análise de uma publicidade de massas, por exemplo, pois são distintos os usos que se fazem desses signos. Constata-se também que a presença do Outro na tradução intersemiótica é um processo dialético que consiste em renovar não apenas o sentido do Outro *no Mesmo*, mas também os sentidos do Outro *em seu próprio sistema*. Como vem dizer Bassnett (2003, p. 61): “[...] o tradutor pode por vezes enriquecer ou esclarecer o texto original como resultado direto do processo de tradução.”. A marca autoral de Moon e Bá se instala no limiar dessa renovação, na possibilidade subjetiva, situacional, sócio-histórica de novos sentidos.

d) Almas suspensas

Como representar por meio da linguagem quadrinística um trecho como este? “A notícia deste ato tão nobre, tão puro, suspendeu um pouco a alma dos rebeldes.” (ASSIS, 1977, p. 31). O trecho machadiano narra a disposição dos rebeldes ao ouvirem a notícia de que o alienista desistira do estipêndio pago a ele pelos trabalhos na Casa Verde, justificando essa decisão por se tratar “de fazer experiências de alto valor psicológico” (ASSIS, 1977, p. 31; MOON; BÁ, 2007, p. 37).

As passagens dessa cena em que o discurso dos personagens se dava de forma indireta foram transformadas em discurso direto, com os personagens representando por meio de balões de fala. São trechos marcados visivelmente por uma intertextualidade com Machado. No entanto, o fragmento acima sobre o estado espiritual dos rebeldes após a notícia não está marcado no texto quadrinístico, pelo menos não verbalmente. O quadro 2 a seguir se põe exatamente no que seria o lugar dessa passagem:

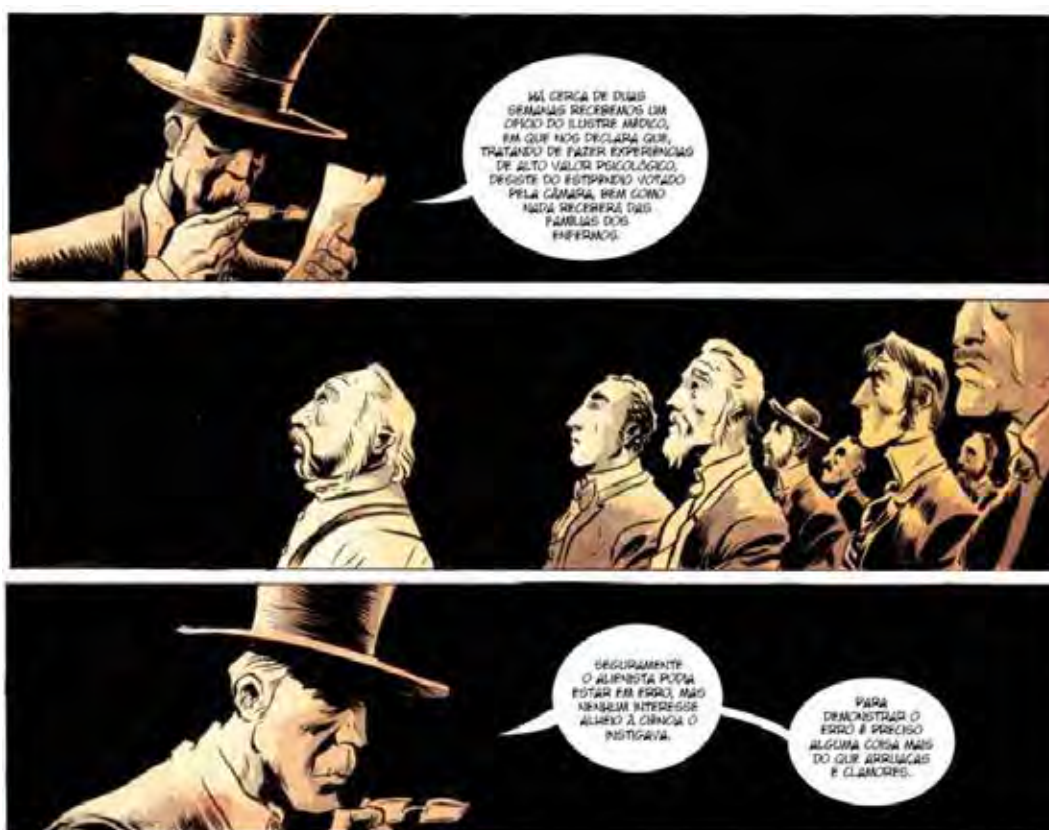


Figura 4 - O Alienista. Gesto nublado. (p. 33).

A representação de que a notícia do ato nobre e puro do alienista havia *suspendido a alma* dos rebeldes pode ter se dado dessa maneira representada no quadro 2, se pudermos afirmar que Moon e Bá visaram algum efeito de sentido similar ao causado pelo texto machadiano. No quadro analisado, qualquer tentativa de explicação do sentido do silêncio representado ali recorreria à linguagem verbal, logo, hipoteticamente, poderíamos fazer o caminho inverso da tradução intersemiótica e traduzi-lo pela passagem machadiana, fazendo um juízo de valor do ato do alienista e usando a mesma metáfora da alma suspensa² feita por Machado. Ou, hipoteticamente, poderíamos simplesmente dizer que os rebeldes ficaram surpresos (pela interpretação dos signos icônicos gestuais e expressivos) e em silêncio (pela ausência de indicadores de som). Então, como compreender tal manifestação de heterogeneidade?

Sabemos que o quadro 2 ocupa exatamente o lugar correspondente ao estrato verbal do conto. O leitor de quadrinhos deve estar habituado a reconhecer nuances básicas de expressão, e perceber que há traços específicos para representar a fúria de rebeldes (o estado inicial) e qualquer estado emocional outro que seja oposto a esse, um que possa ser tomado por *suspensão das almas diante de um ato nobre*. Se colocadas juntas, as duas passagens manteriam uma relação de ancoragem, *específica da palavra* (McCLOUD, 1995): a imagem poderia ser interpretada em sua polissemia, mas o estrato verbal estaria lá para direcionar a leitura de modo contextual. De fato, o estrato verbal diria tudo o que fosse preciso, cabendo à imagem resgatar apenas um aspecto da palavra: os rebeldes *suspensos*, *parados*, ou *punidos* pela própria consciência. Sem o estrato verbal, no entanto, a interpretação transita por outros caminhos, podendo variar tanto quanto varia a possibilidade de leitores.

² O verbete *suspender* guarda os seguintes significados: "1. Deixar pendente; [...]. 2. Interromper temporariamente [...]. 3. Fazer cessar 4. Punir [...] com suspensão [...]" (XIMENES, 2000, p. 711).

Considerações finais

Neste trabalho, escolhemos uma das muitas formas de investigar a heterogeneidade enunciativa no discurso quadrinístico d'*O Alienista*: o silêncio. Por meio dos quadros silenciosos, buscamos mostrar como os quadrinistas operam o texto machadiano a fim de instituírem sua própria marca autoral, distinguindo-se e distanciando-se de Machado através de uma tentativa de silenciamento. O Outro não é visto como mera “presença que se manifesta, quer explícita ou implicitamente, mas como uma ausência, como uma falta, como o interdito do discurso.” (BRANDÃO, 2004, p. 93). Tentamos mostrar parte de um trabalho incessante do discurso quadrinístico em relação ao discurso do Outro-machadiano: o trabalho de reconfiguração do dito do Outro pelo dizer do Mesmo.

Por muitos motivos, diríamos que *O Alienista* de Moon e Bá é o mesmo *Alienista* de Machado. O mesmo, pois não há como negar a presença de Machado, sua presença se impõe a partir de seu nome na capa. Mas diremos que *O Alienista* de Moon e Bá é outra obra. É um *Alienista* outro, pois a situação de comunicação, as condições de discurso, o contexto são outros (as palavras machadianas deixam de ser palavras machadianas à medida que não mais respondem ao paradigma científico do séc. XIX e são (re)configuradas pelo discurso quadrinístico).

Referências bibliográficas

- ASSIS, M. *O alienista*. 5ª ed. São Paulo: Ática, 1977.
- BAKHTIN, M. *Estética da criação verbal*. Introd. e trad. do russo Paulo Bezerra. 4ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- BASSNETT, S. *Estudos de tradução: fundamentos de uma disciplina*. Trad. Vivina de Campos Figueiredo. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.
- BRANDÃO, H. H. N. *Introdução à análise do discurso*. 2ª. ed. rev. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2004.
- COSTA, L. P. A. *O Alienista, de Fábio Moon e Gabriel Bá: uma análise do discurso quadrinístico*. 2013. 213 f. Dissertação (Mestrado em Letras). Universidade Federal de Viçosa, Minas Gerais.
- GARBUGLIO, J. C. Apresentação. In: ASSIS, M. *O alienista*. São Paulo: Ática, 1977, p. 5-8.
- MAINGUENEAU, D. *Novas tendências em análise do discurso*. Trad. Freda Indursky. Campinas, SP: Pontes, Editora da UNICAMP, 1997.
- McCLOUD, S. *Desvendando os quadrinhos*. Trad. Helcio de Carvalho, Marisa do Nascimento Paro. São Paulo: Makron Books, 1995.
- MELLO, R. *Análise discursiva dos múltiplos sujeitos e silêncios sarrautianos*. 2002a. 428 f. Tese (Doutorado em Linguística). Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais.
- MELLO, R. Análise discursiva do(s) silêncio(s) no texto literário. In: MACHADO, I. L.; et alii. *Ensaio em análise do discurso*. Belo Horizonte: FAE/UFGM, 2002b, p. 87-123.
- MOON, F.; BÁ, G. *O Alienista: Machado de Assis: adaptação em quadrinhos*. Rio de Janeiro: Agir: 2007.
- ORLANDI, E. P. *As formas do silêncio: no movimento dos sentidos*. 6ª. ed. Capinas, SP: Editora da Unicamp, 2007.
- XIMENES, S. *Minidicionário Ediouro da língua portuguesa*. 2ª. ed. São Paulo: Ediouro, 2000.

Termograma: O desafio de resumir em imagens as variações térmicas

Dra. Sebastiana Luiza Bragança Lana¹

Bel. José Nunes Filho²

Grad. Davi Neiva Alves³

Grad. Marina Almeida Barcellos⁴

Resumo

A termografia é um método de medição passivo e sem contato, a imagem térmica mostra a distribuição de temperatura na superfície de um objeto. Além da medição de calor em objetos e a detecção de pontos de desconforto térmico é um instrumento de diagnóstico. A imagem que é capturada, o termograma, apresenta informações relevantes para a análise e interpretação das variações térmicas. Diferentes ferramentas são usadas, como a diferenciação dos níveis de temperatura por meio de cores, tabelas e gráficos. Este trabalho destaca os conteúdos obtidos em termograma típico e seu potencial comunicativo de informações, do corpo ou ambiente capturado para aplicações em design de produto.

Palavras-chave

Design de produtos; imagem; termografia; termograma.

Introdução

Imagens são modelos visuais de ideias que comunicam sua mensagem de forma complexa no cérebro e podem causar diversas reações no expectador. Na termografia a energia térmica é registrada em forma de termograma (imagem térmica) que apresenta em um mapa as áreas e suas variações de emissão de calor. Esta nova técnica de análise não destrutiva e não invasiva, vem ganhando espaço tanto na área médica quanto na investigação geológica e, na área de engenharia elétrica, em segurança.

1 PhD em Engineering Materials pela University of Sheffield e Doutora pela Universidade Federal de Minas Gerais. Coordenadora acadêmica do Mestrado em Design da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais.

2 Bacharel do curso Desenho Industrial da Universidade do Estado de Minas Gerais. Professor do curso de Design de Produto e Coordenador do Centro de Estudos em Design da Madeira e do Laboratório de Estudos e Ensaios Ergonômicos da Escola de Design na mesma instituição.

3 Graduando do curso Design de Produto da Universidade do Estado de Minas Gerais.

4 Graduando do curso Design de produto da Universidade do Estado de Minas Gerais.

Conhecida desde 1950, essa tecnologia baseia-se num espectro de luz abaixo dos limites visíveis, a radiação infravermelha, descoberta ainda em 1800 pelo astrônomo William Herschel (1738-1822).

Ao contrário do processo fotográfico comum, que depende dos raios de luz visíveis refletidos pelos objetos, a termografia parte da radiação térmica emitida pela radiação infravermelha do movimento vibratório das moléculas que compõem os materiais. Em lugar do papel sensível à luz, células sensoras especiais resfriadas com gases congelados próximo ao chamado zero absoluto, 273° C negativos (ponto teórico da imobilização das moléculas) registravam essas mínimas variações de temperatura. Os equipamentos mais recentes dispensam a ultra refrigeração com sensores infravermelhos de estado sólido que operam à temperatura ambiente (os CCDs de infravermelho) - Manual Termografia (2010).

O claro e escuro das imagens convencionais é representado nesse sistema por um código de cores, definido por computação digital em função das leituras ponto-a-ponto, dos sensores térmicos focados na superfície em exame. Geralmente, quanto mais quente a área analisada, mais a cor tende ao vermelho. Tal faixa de cor é ajustável.

Nossos olhos são capazes de detectar ondas de luz visível, que compõe apenas uma pequena parte das espécies de radiação que podem ser vistas, ondas essas que estão dispostas no chamado campo eletromagnético conforme Figura 1. O que diferencia esses tipos de radiação são as frequências e comprimentos das ondas.

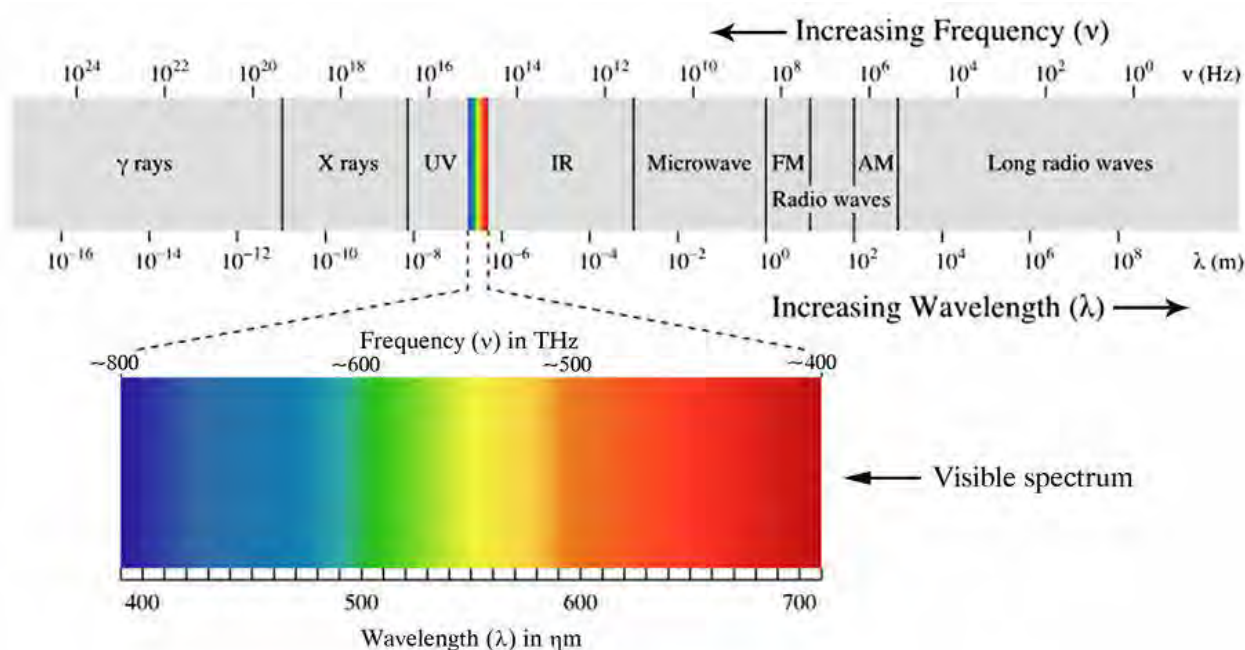


Figura 1 - Espectro eletromagnético de luz visível e IR Infravermelho

Fonte: http://sob.nao-rozhen.org/userfiles/image/green%20flash/EM_spectrum.jpg

São apresentadas a seguir duas imagens Figura 2, uma com o espectro de luz visível e outra no infravermelho, respectivamente feitos pela mesma câmera FLIR nos Laboratórios do CEMA.



Figura 2- Imagem com luz visível e respectiva captura em termograma, 17/06/12, Escola de Design, Belo Horizonte

A imagem na termografia

O propósito deste artigo é apresentar algumas evidências da conexão entre as teorias sobre a imagem como linguagem no tratamento interpretativo e comunicativo da energia ou estados de energia dos objetos, corpo ou região sob visualização termográfica.

Tomando-se como exemplo a figura de uma charge (ilustração satirizando situações ou personagens envolvidos), pode ser observada a relevância ou ênfase do contexto cognitivo na representação gráfica, ressaltando-se que a interpretação, indo além da imagem visual, requer habilidades cognitivas e perceptuais.

Joly (1996) apresenta, ainda, como fator positivo, o aumento do prazer estético e comunicativo na análise de obras constituídas por imagem, ressaltando que a desconstrução desta permite aguçar o sentido da observação e do olhar, aumentando as informações na recepção espontânea das obras.

Há várias formas de se definir a imagem, dependendo do seu foco de estudo. Para Contrera e Hattori (2003), a imagem é “um termo que comumente utilizamos para designar representações gráficas ou verbais de algo que existe ou poderia existir”. Em outras palavras, é a representação de algo por semelhança.

Para Joly (1996), dentre todas as teorias que podem abordar a imagem (teorias em matemática, em informática, em estética, em psicologia, em retórica, em sociologia, entre outras), a que melhor consegue dar conta do seu conceito, de forma mais geral, “globalizante” e que ultrapassa as suas categorias funcionais, é a teoria semiótica. O autor enfatiza como essencial para a compreensão da imagem, o fato de ela ser heterogênea, abrangendo, dentro de um limite, diferentes categorias de signo: tanto as imagens, no sentido teórico do termo (signos icônicos, analógicos), quanto os signos plásticos e os lingüísticos, estes relacionados à linguagem verbal.

No presente trabalho, nos referiremos à imagem, percebida pela visão e processada inferencialmente para ser compreendida, numa abordagem teórico-cognitiva da comunicação; trata-se, portanto, de um experimento num sentido geral, que carrega e comunica seus próprios significados, dependendo do contexto onde está inserida.

Esse tipo de abordagem experimental mostra a existência de interpretações por mensagens visuais que são prevaletentes, isto é, fazem parte do fundo intersubjetivo que permite a comunicação

das mensagens visuais e de outras.

As imagens obtidas em termografia têm grande aplicação em diagnósticos de sistemas energéticos através de sua capacidade de detectar variações de calor em superfícies e ambientes, os equipamentos utilizados neste processo são as chamadas termo câmeras.

A termo câmera

A câmera empregada nesta pesquisa é uma Thermalcam FLIR P640 - high definition, com detector de 640 x 480, 307.000 pixels de resolução, escala de temperatura de -40°C a 500°C e precisão de 2° ou 2% da leitura de medição. É uma câmera infravermelha de Alta Definição de utilização de elevada exigência e desempenho. É recomendada para todos os usuários com programas de inspeção termográfica na indústria, concessionários de energia e empresas prestadoras de serviço e pesquisa.

O termograma

Todos os corpos emitem energia, embora muitas vezes não possamos ver ou sentir, essa energia pode ser encontrada em termogramas. Os termogramas são as imagens que foram capturadas pelas câmeras termográficas. Estas convertem as radiações infravermelhas em sinais eletrônicos emitidas pelas diferentes partes de um corpo, sinais esses que se traduzem em imagem. Os termogramas apresentam diversas cores conforme a temperatura a que as diferentes zonas se encontram.

O termograma, ao exemplo de outras formas de imagens digitalizadas, permite a manipulação da imagem posterior à captura da mesma, manipulação essa que se dá por meio de *softwares*. Dentre as informações que podem ser alteradas nesses *softwares* podemos destacar: emissividade do material, ajuste de nível de temperatura, seleção de paletas de cores, zoom digital na imagem de até oito vezes, acréscimo de pontos ou círculos na imagem para medição apenas no local desejado.

Porém há de se destacar que existem três informações que não podem ser alteradas depois de feitos os registros da imagem, a faixa de temperatura; o foco óptico e a composição de imagem.

O presente estudo está propondo a exploração das imagens termográficas que podem levar a uma compreensão mais ampla dos aspectos de significação observáveis. Algo que a pele, o ambiente, os objetos apresentam ao emitirem energia térmica no infravermelho, que é visível somente com um instrumento adequado como a termo câmera.

A termografia revela um campo energético e dinâmico de tudo que nos cerca, possibilitando a investigação profunda na área da engenharia aeroespacial, tecnologia do calor, da medicina e alimentos, entre outras.

A imagem formada pelos sinais representa o gradiente de energia da região visualizada de forma cromática, apresentando faixa de cores indicativas como um mapa visual da distribuição da temperatura da superfície do objeto em foco.

A permanência ou variação da temperatura no tempo é registrada pela câmara possibilitando a observação tanto do objeto como do local em que a mesma tinha contato.

Tal condição é a base de proposta para uma pesquisa na produção de imagens fixas e em movimento estudadas segundo as características e propriedades da termografia dirigida.

O termograma de um braço humano pode ser visto com detalhes que identificam veias e condições de distribuição do calor corpóreo. Um rosto mostra a complexidade da estrutura de músculos e ossos escondidos.

A imagem termográfica tem uma linguagem de comunicação própria e identidade, e por isso o

estudo pode levar a uma compreensão e identificação de aplicações em design. Uma das vantagens da termografia por infravermelhos é não haver a necessidade do contato direto entre a câmara e a superfície em estudo, podendo a distância entre ambos variar de alguns milímetros até vários quilômetros, permitindo assim o estudo de objetos e zonas consideradas potencialmente perigosas, sem qualquer perigo para o equipamento e respectivo operador. A obtenção e análise da imagem térmica requer uma atenção cuidada sendo necessária a qualificação do técnico que registra e interpreta os resultados, devido à complexidade das soluções construtivas e dos mecanismos que influenciam a captação da radiação infravermelha. Os campos de utilização de diagnóstico através da imagem termográfica são variados e atendem objetivos primordialmente técnicos e já se destaca na utilização de mídia comunicativa com vertentes de arte explorativa e investigação sensorial.

Aplicações da termografia

Algumas das aplicações comuns são apresentadas a seguir como exemplos de recurso visual e ferramenta de leitura do estado de objetos, ambientes ou áreas sob visualização:

*Estudo de materiais*⁵ - Quantificação de parâmetros térmicos e geométricos do material, inclusões metálicas em material mineral, integridade e homogeneidade de compostos, identificação de falhas estruturais.

Construção civil - Estado de conservação de diversas estruturas em engenharia, detecção de anomalias em estruturas edificadas, avaliação qualitativa de pontes de concreto e alvenaria, Indústria aeronáutica e aeroespacial, controle de qualidade de materiais compósitos, avaliação das características térmicas, detecta falhas, defeitos e anomalias da composição e uniformidade.

Indústria automobilística - Avaliação de desempenho de diversos componentes, detecção de pontos de descontinuidade em pinturas das carrocerias, eficiência térmica de motor e ar condicionado.

*Indústria eletrônica*⁶ - Concepção, fabricação e controle de qualidade de circuitos integrados, comportamento de componentes eletrônicos em funcionamento, diagnóstico pela observação da distribuição de temperatura.

*Militares*⁷ - Localização de veículos de combate pela radiação térmica emitida, estudo de camuflagem para aviões, navios e tanques em campo de batalha, miras térmicas que guiam mísseis de ataque.

*Medicina*⁸ - Processo não invasivo na análise dinâmica de fluidos e tecidos humanos, localização de anomalias de desenvolvimento celular – oncologia, clínica da dor crônica e inflamações, problemas vasculares, auxiliar na investigação em neurologia, cirurgia, oftalmologia, dermatologia, medicina dentária, medicina de reabilitação e doenças respiratórias, detecção e controle de doenças altamente contagiosas em aeroportos.

Reconhecimento de Imagem digital

A imagem térmica, de modo similar às imagens digitais, é constituída por elementos discretos ou pixel (picture element) e o seu processo de amostragem assume duas representações distintas; a primeira, a amostragem espacial é uma função de duas variáveis espaciais $f(x,y)$, onde o valor da função f numa determinada posição (x,y) representa a intensidade da imagem nesse ponto ou

5 [Silva, 2007]

6 [Flir Systems, 2010]

7 [Du Bosq et al., 2009]

8 [Medical Infrared, 2009]

pixel; a segunda, a amostragem de amplitude ou intensidade onde cada ponto é representado por um número que traduz os níveis de cinzento (intensidade luminosa global). Nas imagens a cores cada ponto é representado por três valores inteiros referentes a cada uma das componentes de cor primária (Vermelho/Verde/Azul, ou seja, sistema RGB - Red/Green/Blue).

O sistema RGB é o sistema base do olho humano e é o utilizado em monitores e televisores. Tendo em conta que o olho humano é mais sensível ao verde, a conversão aproximada para níveis de cinzento é determinada através da seguinte proporção: O espaço de cor apropriado para a segmentação de cor é o HSV (Hue (tom), Saturation (saturação), Value (valor)).

Explorando a imagem térmica

Num termograma, como indicado na representação da Figura 3, podem-se observar diversos elementos que decodificados estabelecem uma comunicação sobre o conteúdo da imagem. As partes distintas na imagem são passíveis de seleção durante um diagnóstico a partir de:

Formas – delineiam os componentes da área de captura, confirmam a localização, posição e integridade do conjunto;

Cores - caracterizam a faixa de valores estabelecidos e limites máximo e mínimo;

Alvos – assinalam pontos de medição sob vigilância prioritária;

Escala – determina a faixa de controle selecionada;

Gráfico – estabelece graus de variação de temperatura de região da imagem;

Legendas – indicam dados de ajustes da câmera;

Seleções – distinguem zonas específicas em valores estabelecidos.

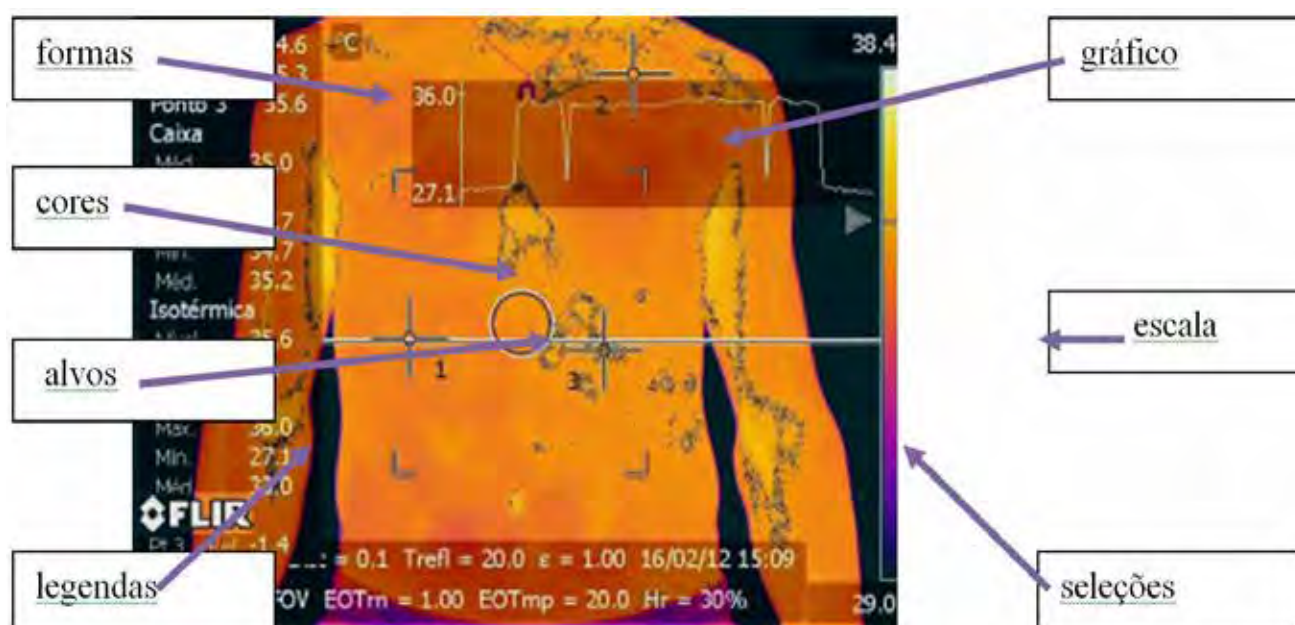


Figura 3 – Informações disponíveis na imagem, 17/06/12, Escola de Design, Belo Horizonte

Tais distinções auxiliam a análise de condições existentes numa imagem obtida numa edificação sob estudo de fuga energética ou infiltração de umidade, sobreaquecimento de partes elétricas, alterações térmicas prejudiciais em máquinas e outras avaliações que envolvam condições de distribuição de calor.

Entretanto, além destes importantes usos uma imagem térmica pode explorar o campo investigativo das sensações como no “Videoclipe *Emily Haines & The Soft Skeleton Our Hell*” que executa uma performance musical em videotermografia.

A geometria da superfície também influencia a quantidade de energia emitida na imagem térmica pelo objeto. As alterações de forma de um objeto causam variações na emissividade. Formas côncavas aumentam o valor da emissividade, enquanto formas convexas diminuem o valor da emissividade. Sendo assim, cabos, tubos e veios emitem uma menor quantidade de energia na zona exterior, o que na imagem cria um efeito de curvatura lembrando o decaimento da luminosidade vista em formas tridimensionais.

Considerações finais

O efeito biológico mais óbvio das ondas eletromagnéticas se dá em nossos olhos: a luz visível impressiona as células do fundo da retina, causando a sensação visual. Porém, existem outros efeitos mais sutis.

Sabe-se que, em determinadas frequências, as ondas eletromagnéticas podem interagir com moléculas presentes em organismos vivos, por ressonância, isto é, as moléculas cujas frequências fundamentais sejam iguais à da onda em questão “captam” essa oscilação, como uma antena de TV ou ainda o exemplo do forno de microondas.

Finalmente a exploração das diversas nuances e informações obtidas no processo de captura de imagens térmicas ensejam a obtenção de conhecimento importante pela interpretação dos diversos sinais da imagem termográfica, fixa ou vídeo, realizadas de forma dirigida ou espontânea sobre objetos, materiais, ambientes, instalações ou cenas preparadas para análise ou mesmo apreciação introspectiva dos sentidos pelas cores e seus significados, visão aprofundada das energias envolvidas ou trocadas num abraço, características de um comportamento de um vinho ou champanhe numa taça. Tais indicações apontam para aplicações da técnica termográfica como potencial campo a ser explorado de forma inovadora na área de imagens e expressão gráfica.

Agradecimentos

Contribuíram na realização dos estudos ensaios e trabalhos aqui descritos a Escola de Design da UEMG, o CEDETec e CEMA da ED com apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) pelo apoio financeiro dado ao projeto inicial por meio do edital 10/2010.

Referências

- ALLARD, P.; STOKES, I.A.F.; BLANCHI, J.P. *Three - Dimensional Analysis of Human Movement*. Human Kinetics Pb, Champaign, Illinois, 1995.
- BATIZ et al. Avaliação do conforto térmico no aprendizado: estudo de caso sobre influência na atenção e memória. *PRODUÇÃO*, v. 19, n. 3, p. 477-488, set./dez. 2009.
- BRIOSCHI, M.L; YENG, L.T; TEIXEIRA, M.J, Diagnóstico avançado em dor por imagem infravermelha e outras aplicações. *Prática Hospitalar*. Ano IX, n. 50, 2007.
- CALLISTER, W.D. *Ciência e engenharia de materiais: Uma Introdução*. RJ:LTC, 2002.
- CASTANEDO, C.I. *Quantitative subsurface defect valuation by pulsed phase thermography: Depth retrieval with the phase*. Thèse (obtention grade de Philosophiae Doctor Ph.D.) Faculté des Sciences et de Génie Université Laval – Québec. Octobre 2005.
- CONTRERA, Malena Segura; HATTORI, Osvaldo Takaoki. Publicidade e Cia. São Paulo: Thompson, 2003.
- EMILY HAINES & The Soft Skeleton Our Hell. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=w_aCvGUI-Hc link>
- FROTA, A. B.; SCHIFFER, S. R. *Manual do Conforto Térmico*. São Paulo: Studio Nobel, Ed. 8, 2009.
- HUDSON, R. D. *Infrared systems engineering*. Pure & Applied Optics John Wiley an Sons Inc. New York: 2006.
- INCROPERA, F.P.; DeWITT, D.P. *Fundamentos de transferência de calor e massa*. Livros técnicos e científicos editores S.A. 5. ed. Rio de Janeiro, 2003.
- JOLY, Martine. *Introdução à análise da imagem*. 6. ed. Campinas: Papirus, 1996.
- LANA, S. L. B.; LAGE, A. C. A. Creative People: the key of the innovation process. *XXIV WORLD CONFERENCE*, Barcelona, 2007.
- LIMA, R. C. F.; MAGNANI, F. S.; NUNES, R. Detecção de falhas em monumentos históricos de Olinda através de imagens por infravermelho – uma análise preliminar. *Revista Brasileira de Arquiometria, Restauração e conservação*, v. 1, p. 343-346.2007.
- MALDAGUE, X.P. *Theory and practice of infrared technology for nondestructive testing*. Wiley & Sons, Inc., New York, 2001.
- MANUAL TERMOGRAFIA 2010. Disponível em: <www.instronic.com.br>

MCARDLE, W.D. KATCH, F.I. KATCH, V.L. *Essential of exercise physiology*. Lippincott Williams & Wilkins, 1994.

MEOLA, C. et al. The use of infrared thermography for materials characterization *Journal of Materials Processing Technology* v. 155, p. 1132–1137, 2004.

MORAES, D. *Metaprojeto: o design do design*, São Paulo: Blucher, 2010.

ROGALLSKI, A. Review Infrared detectors: status and trends. *Progress in Quantum Electronics*, v. 27, n. 59, p. 210, 2003.

SANTOS, N. FIALHO, F. *Manual de Análise Ergonômica do Trabalho*. Curitiba, Gênese, 2000.

TAVARES, S. G. *Desenvolvimento de uma metodologia para aplicação de ensaios térmicos não destrutivos na avaliação da integridade de obras de arte*. Tese (doutorado) Escola de Engenharia. Programa de Pós-Graduação: Engenharia Mecânica: Universidade Federal de Minas Gerais. 2006.

VERATTI, A. T. *Termografia: princípios, aplicações e qualidade*. SP:ICON tecnologia, 1992.

A evolução das receitas culinárias: uma discussão sobre comportamento, gênero textual e design

Julia Ferreira Veado¹
Bárbara Dias Lage²

Resumo

Sabemos que cozinha não é mais um espaço reservado apenas às “donas de casa”. Quando a mulher sai do lar e entra no mercado de trabalho, a cozinha passa a se abrir a indivíduos de ambos os sexos. Com a ampliação desse local e de seu uso, os Livros de Receitas Culinárias também se ampliaram. Pretendemos, ao analisar alguns exemplos, pertencentes a diferentes momentos, comprovar que as mudanças comportamentais vivenciadas, em especial pelas mulheres, refletem na elaboração desses manuais, interferindo na linguagem, nas imagens e até mesmo na qualidade do papel e outros aspectos que envolvem o design.

Palavras-chave

Mulheres; cozinha; gênero textual; livros de receita; design.

Como os gêneros textuais são um dos resultados da prática social da linguagem, sua forma não é algo limitado e estanque. Ainda que alguns elementos sejam prototípicos e dificilmente podem ser mudados no texto pertencente a um determinado gênero textual, novos aspectos surgem e são incorporados aos gêneros de acordo com a demanda e a criatividade da nossa sociedade.

Para compor o objeto de pesquisa, selecionamos um pequeno grupo de livros de receita. A partir desse recorte, tentamos analisar quais são as “novidades” percebidas de um livro para outro. Dentre esses livros, percebemos, inicialmente, que o modelo injuntivo, próprio das receitas culinárias, é mantido. Seu propósito é ensinar como realizar um determinado procedimento, no caso, um prato culinário. Porém, notou-se também que a linguagem adotada no livro *Panelinha: Receitas que Funcionam* (2012) é mais simplificada e detalhada, assim como a presença de fotografias e outros elementos gráficos tentam contribuir para uma maior funcionalidade do material. A partir da observação criteriosa dos livros, pretendemos estudar o que motivou tal alteração no gênero receita, tomando o aspecto social do texto como ponto de partida.

Ao adquirir o livro *Panelinha, Receitas que Funcionam*, de Rita Lobo (2012), uma das coisas que chamou a atenção foi a qualidade do projeto gráfico do exemplar, impresso em papel *couchê*, um cuidado a mais com a editoração. O livro já está em sua 5ª edição, o que revela sua excelente receptividade

1 Graduada em Letras pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

2 Mestre em Design, Inovação e Sustentabilidade e designer de Moda. Professora da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG).

entre o público³. Ao longo de suas 400 páginas⁴, nota-se um texto com alto detalhamento e linguagem simplificada, quase sempre junto a imagens/ fotografias dos pratos. Dessa maneira, as etapas do preparo de uma receita são minuciosamente descritas, podendo “funcionar”, como indica o título.

Para iniciar a análise desses objetos de pesquisa, faz-se necessário trazer para a discussão os conceitos de texto e gênero textual⁵. Segundo Beaugrande, “o texto [é tido] como um evento comunicativo no qual convergem ações linguísticas, cognitivas e sociais” (BEAUGRANDE *apud* MARINHO; DACONTI; CUNHA, 2012, p. 16). Essa proposta trabalha através de um viés sociocognitivo, o qual, segundo Ingedore Koch, considera o texto “fruto de um processo extremamente complexo de interação e construção social de conhecimento e de linguagem” (KOCH *apud* MARINHO; DACONTI; CUNHA, 2012, p. 16).

Ao lado dessas definições de texto, propomos pensar os gêneros textuais como a organização dos enunciados que compõem a materialidade linguística. Essa idéia se ampara nas palavras de Bakhtin no momento em que o autor define gêneros textuais como “formas de combinação das formas da língua” (MATENCIO, 2006). Eles correspondem, portanto, a uma esquematização textual, com certa flexibilidade, que serve de guia para a composição, auxiliando a compreensão de determinado texto ou discurso. Ou seja, os gêneros textuais têm um papel funcional de ajudar o receptor (leitor) a construir um sentido para o texto. Esses aspectos basilares respondem a uma formalidade, mas atendem também ao contexto e as condições de produção, não sendo, por isso, estanques, isto é, estão sujeitos a adequações motivadas por esses dois fatores. Entretanto, essas mudanças são, de certa forma, sutis, e não costumam gerar dificuldade no reconhecimento dos gêneros textuais, visto que em todos eles existe uma estrutura formal mais “dura”, que deve ser respeitada. Assim, como esses modelos de organização são recorrentes em nosso cotidiano e lidamos com eles a todo momento, conseguimos identificá-los quando moldamos nosso discurso na forma de um ou outro desses padrões.

Consequimos, portanto, reconhecer facilmente um texto que se enquadre como receita culinária em função de certos elementos protótipos desse gênero. Visto esse ser um texto que pretende ensinar o preparo de um prato, seu caráter injuntivo⁶ faz com que ele se apresente dividido em duas seções: ingredientes (e quantidades) e modo de preparo, sendo esse os aspectos próprios e mais “duros” das receitas. Além disso, é possível que apareçam imagens dos pratos ou das etapas de preparação, o que é facultativo, mas que funciona aumentando a didática do material.

Retomando a ideia de Beaugrande citada no início desse artigo, arriscamos citar que os aspectos históricos e sociais e a sua relação com o texto fazem vir à tona a noção de sujeito. E, visto ser ele o responsável pela produção textual, isto é, como toda produção linguística – e os gêneros textuais, por extensão – é afetada pelo sujeito, o contexto histórico impreterivelmente irá aparecer, seja citado diretamente no texto, seja através do estilo e da temática adotados. As mudanças em torno das representações da mulher, por exemplo, promoveram e promovem variações na maneira de se escrever para o público feminino, pois, ao mesmo tempo que a modificação dos papéis intervêm na materialidade discursiva, esta atua (re)modelando e reforçando essas novas formas de representação feminina. Assim, o indivíduo tanto está sujeito a essas novas posições atribuídas à mulher, sendo modificado por elas, como ajuda a modelá-las e propagá-las.

Nossa proposta é, portanto, demonstrar que as receitas culinárias, uma vez produzidas por um sujeito, não fogem à regra e são textos que perpassam e são perpassados por essas mudanças

3 Ele não se destina somente às mulheres, temos consciência que o exemplar inclui os homens como consumidores, no entanto, neste artigo, iremos nos limitar a trabalhar aspectos concernentes à representação feminina.

4 De acordo com as especificações técnicas, o livro tem a dimensão aproximada de 32 x 23,7 cm e pesa 2,370 kg. Disponível em: <<http://www.livrariacultura.com.br/scripts/resenha/resenha.asp?nitem=30375209&sid=1821132441563843087776918>>. Acesso em: 25 jun. 2013.

5 Por uma questão de simplicidade, aqui não iremos distinguir as noções de texto e discurso.

6 Texto que indica o procedimento, as instruções a cerca de alguma coisa, seja um objeto – como os manuais de instruções de eletrodomésticos.

sociais e históricas. É importante ressaltar também que esse duplo movimento de influência não se restringe ao texto verbal, sendo percebido também nas imagens que os acompanham, além de influir sobre a editoração, ou seja, todos os elementos comunicativos que compõem o livro estão sujeitos e participam ativamente do processo sócio-histórico.

Antes de partirmos para a análise aprofundada do material, parece pertinente fazermos um breve apanhado a cerca das mudanças sociais vividas pelas mulheres, pois, a partir daí, será possível demonstrar como elas podem ser notadas pelo livro.

Homens e mulheres são separados assim através da categorização gênero social⁷, a qual, embasada na distinção dos sexos, difere os indivíduos masculinos e femininos quanto a comportamento, espaço e relação de trabalho. Visto o gênero masculino ter tido acesso exclusivo à educação formal durante alguns séculos⁸, isso, obviamente, deu autonomia aos homens de estabelecer a organização social de uma forma que melhor lhe conviesse, assim, é plausível pensar que vivemos (até hoje) em uma sociedade permeada por valores machistas. Essa divisão, por sua vez, instaura uma hierarquia, que, segundo Bourdieu (2002), pode ser claramente notada quando observamos a perpetuação de estereótipos⁹ que inferiorizam a mulher, pois, indubitavelmente, tais representações não são criações femininas.

A maior parte dessas visões cristalizadas em relação às mulheres compactua com a distinção espacial atribuída a cada um dos gêneros, ou seja, visto que o espaço público é destinado aos homens, e o privado, às mulheres, a famosa expressão “rainha do lar” é fundamentada nessa segmentação. O imaginário social¹⁰ formado pelo tripé mulher-esposa-mãe tem raízes históricas, culturais e religiosas fortíssimas, o que faz com que as mulheres permaneçam associadas a ele. Como revelam Maluf e Mott (2004), esse tripé é a fonte que permitiu a seguinte descrição da rotina de uma exímia rainha do lar:

[...] o emprego do tempo da dona de casa deveria ser assim dividido: pela manhã, arejar as camas; preparar as roupas; limpar “os trates”; fazer o almoço, que, embora frugal, deveria sempre apresentar aspecto agradável; fazer a limpeza da casa; cuidar do vestiário das crianças; almoçar com “os petizes” e os fazer ir para a escola; [...] Isso terminado, a boa dona de casa deveria fazer sua toalete e, com aspecto sempre jovial, dar início ao jantar, de modo que ficasse tudo pronto para receber o “chefe” e as crianças. [...] Feita a refeição da tarde era hora de as crianças irem para a cama. Esta era considerada como sendo a melhor hora do dia para a dona de casa cuidadosa verificar o estado da roupa de todos, para assentar as despesas do dia, para verificar o que havia de sobras no guarda-comidas e pensar no cardápio do dia seguinte¹¹ (MALUF; MOTT, 2004, p. 406-407).

Diversos outros aspectos que preenchem o bojo das representações sociais concernentes às mulheres podem ser vistas na obra de Michelle Perrot (2007). Como descreve a autora em todos esses campos, deve prevalecer a discricção, a simplicidade e o resguardo. Embora esses limites tenham se alargado ao longo dos séculos¹², ainda hoje é possível ver a mulher ser desqualificada quando se “rebela”, isso é, quando infringe algum desses parâmetros – principalmente em relação à sexualidade¹³, ela é apontada como um indivíduo transgressor e é taxada por alcunhas pejorativas.

7 Vale mencionar que existem diversos tipos de gênero, o social, o textual ou discursivo, o gramatical, entre outros. No entanto, apesar de estarmos conscientes de que quando se emprega o termo “gênero” sem um especificador a seu lado, subentende-se que se trata do “gênero social”, em nosso texto, como abordamos dois tipos, iremos fazer essa distinção.

8 PERROT, Michelle. *Minha história de mulheres*.

9 Trabalhamos com o conceito de estereótipo advindo da análise do discurso. Para essa linha de pensamento, o estereótipo diz respeito a um tipo de representação coletiva cristalizada (AMOSSY apud MENDES (2012)).

10 Definido de maneira simplificada, imaginário corresponde ao conjunto composto pelas representações sociais (AMOSSY).

11 Descrição minuciosa trazida pelo manual *O Lar Feliz*, de 1916, segundo Maluf e Mott (2004).

12 Especialmente entre os séculos XIX, XX e o atual, XXI, os quais foram mais minuciosamente analisados pelas obras referência.

13 Aqui vale mencionar a Marcha das Vadias. Surgida no Canadá em 2010, após um policial local declarar que a roupa é um dos elementos que torna a mulher mais suscetível a ser vítima de estupro, o movimento chegou ao Brasil no mesmo ano. Pelo próprio nome, é possível notar que o protesto tenta debater questões de denegramento das mulheres motivadas pela maneira como elas exercem sua sexualidade.

Por outro lado, entretanto, alguns avanços femininos já estão sendo mais aceitos socialmente, por ambos os gêneros sociais. O direito a ter uma profissão já é uma realidade feminina¹⁴ e não mais está limitada a funções que mantêm um vínculo com o espaço doméstico e a educação dos filhos, como pode ser comprovado através da manchete trazida pelo jornal Estado de Minas: “Mineira vive mais, estuda mais e não quer se casar”¹⁵. A mulher retratada na matéria condiz com uma realidade que se faz presente nas grandes cidades brasileiras, não se limitando ao estado de Minas Gerais. O que essa matéria permite confirmar é que a forma como a mulher se insere e é vista pela sociedade, juntamente com as atribuições sociais estabelecidas às representantes desse gênero, mudaram e continuam mudando de acordo com o contexto e a situação histórica. A possibilidade de sair do reduto “privado” e se inserir em ambientes “públicos”, antes ocupado estritamente por homens, é uma realidade cada vez maior. As representações sociais referentes à mulher encontram-se, portanto, em um momento delicado, de transição e adaptação, o que parece demonstrar uma assimilação do que Simone de Beauvoir apontou na metade do século XX: “não nascemos mulher, tornamo-nos mulher” (BEAUVOIR *apud* PERROT, 2007, p. 63). Essa declaração tenta desvencilhar a mulher dos padrões a ela impostos¹⁶, a tríade já citada, e deixar claro a autonomia que toda fêmea detém.

Entretanto, como também já mencionado, certos padrões tradicionais a respeito da divisão dos gêneros não se extinguiram. Uma pesquisa do IBGE divulgada pelo site Brasil de Fato¹⁷ no Dia Internacional da Mulher (08 de março de 2013), comprova essa manutenção. A manchete e o lead da matéria indicam que as “Mulheres dedicam, em média, 27,7 horas por semana para afazeres em casa. Homens dedicam 11,2 horas semanais; [e que as] Mulheres querem divisão igualitária”. Além disso, outra infeliz manutenção foi a da violência contra a mulher, entre elas, a física¹⁸, pois como comprovam trechos da obra de Perrot (2007) e do artigo de Maluf e Mott (2004), essa prática ainda é silenciada. Ou seja, a expressão popular “em briga de marido e mulher, não se mete a colher” tem respaldo histórico, sim.

Como mantém uma relação com esse percurso histórico, o livro Panelinha: Receitas que Funcionam (2012), acompanha o momento atual, revelando ora uma filiação aos modelos tradicionais, ora aos novos comportamentos “conquistados” e “permitidos” à mulher. Rita Lobo estudou gastronomia nos Estados Unidos e trabalha com culinária, mantendo o portal Panelinha na internet, além de apresentar programas de rádio e TV sobre o assunto. Nesse ponto, ela mescla a tradição com a inovação e seu livro reflete esse aspecto, pois, embora seja um manual de cozinha, ele é bastante diferente dos manuais lançados na metade do século XX. É possível perceber mudanças tanto no corpo do texto, quanto na editoração, as quais refletem a transição atual das representações femininas.

Dessa forma, em relação ao texto propriamente dito, podemos perceber que um duplo movimento, pois, ao mesmo tempo em que esse manual deixa de se limitar às “rainhas do lar”, ele faz um resgate de padrões tradicionais. Assim, em primeiro lugar, ele expande seu público alvo às mulheres contemporâneas que se dedicam mais à carreira profissional e que perderam o “dom” de cozinhar. Já em outro momento, ele retorna aos ideais patriarcais de comportamento quando destaca a importância do “jantar em família” (2012, p. 13), sendo que “família”, como fica claro em outros momentos, significa ‘pai-mãe-filhos’. Ao propor isso, Lobo perpetua a velha restrição das mulheres

14 Não desconsideramos que há uma diferença em relação aos salários pagos a homens e mulheres que exercem a mesma função, o que aponta para discriminação relacionada aos gêneros.

15 Manchete de uma notícia do dia 20 de setembro de 2008, disponível em: <http://www.uai.com.br/UAI/html/sessao_2/2008/09/25/em_noticia_interna.id_sessao=2&id_noticia=80819/em_noticia_interna.shtml>. Acesso em: 26 maio 2013.

16 No artigo das duas autoras, em referência específica ao Brasil, é exposto que “[...] o marido, tal como o pai, se sentia no dever de punir com violência sua esposa quando desobedecido [...] e essas se davam sob a proteção de regras do costume” (2004, p.377).

17 Disponível em <<http://www.brasildefato.com.br/node/12241>>. Acesso em: 2 jun. 2013.

18 O que pode ser comprovado através do Dossiê Mulher, levantamento realizado pelo Instituto de Segurança Pública do Rio de Janeiro. Disponível em <<http://www.isp.rj.gov.br/Conteudo.asp?ident=300>>. Acesso em: 4 jun. 2013.

ao espaço privado do lar e abre precedentes para o conflito de gêneros que envolve, por exemplo, a divisão das tarefas domésticas.

No primeiro caso, então, nota-se, no *Panelinha* (2012), uma menção diferenciada às mulheres, distinguindo-se dos livros das décadas anteriores¹⁹, nos quais os termos “rainha do lar” e “dona de casa” eram recorrentes. Esse livro, de maneira atual, procura fazer uso de termos mais genéricos e impessoais, como “pessoas” (2012, p. 13). Além disso, a autora, na introdução do livro, insere um relato que explicita esse conflito de representações femininas o qual ela mesma vivencia. Sua avó não consegue entender o trabalho por Lobo, já que a senhora pertence a uma geração a qual as mulheres tinham familiaridade com a cozinha, essa era transmitida de mãe para filha. Já Rita Lobo se formou em gastronomia e hoje, *chef* de cozinha, se dedica profissionalmente ao ensino da culinária.

Nunca consegui explicar para minha avó o que é o *Panelinha*. Para ela, um site de culinária é uma das coisas mais abstratas de que já ouviu falar. [...] ‘Vó, é como se fosse uma revista, só que sem o papel [...]’ Isso também não deve fazer muito sentido para ela. Minha avó é do tempo em que as mulheres sabiam cozinhar e ponto. Aprendiam com a mãe ou com a sogra, que sempre ensinava a receita quase completa, faltando uma coisinha, um detalhe, apenas o suficiente para o prato não ficar tão bom quanto o dela (Lobo, 2012, p.10).

No mesmo trecho, Lobo deixa implícito o conflito sobre como ser mulher hoje, aliando a vida profissional – fora de casa – à prática de cozinhar no dia a dia.

Cozinhar diariamente não era um ato heroico como hoje – pelo menos é o que eu penso. Ter na mesa comida de verdade, fresquinha e saborosa, no almoço e no jantar, não é pouca coisa. O mundo insiste que a lasanha comprada congelada é a mais prática (Lobo, 2012, p.10).

Essas mudanças sociais e históricas a respeito das representações femininas são sentidas também na editoração do livro.

Comparando-o com os manuais anteriores, percebe-se um apelo estético bem diferente. É possível notar que o livro *Sei Cozinhar* (1987)²⁰ ensina a mulher a entender um índice e um livro, como se percebe na introdução do mesmo. Ele apresenta uma linguagem e uma editoração simples e resumidas, como se a mulher já devesse ter um conhecimento prévio para a compreensão de uma receita - fato comprovado inclusive através da ausência de fotografias no corpo do livro e a baixa qualidade do papel²¹. É possível perceber por esses aspectos, ao lado do texto do prefácio da primeira edição deste livro como o imaginário social da época tomava as mulheres como “rainhas do lar” e quase nada além disso – consoante com a passagem do manual *O lar feliz* extraída por Maluf e Mott (2004).

19 ROSALINA, Maria. *Sei cozinhar* (1987); e WEISS, Maria Thereza. *Aulas de cozinha deliciosa* (1981). Julgamos importante salientar aqui que a escolha dessas três obras não se deu de modo aleatório. Todas tiveram mais de uma edição e são publicações de editoras reconhecidas, além de possuírem capa dura.

20 Ano da 8ª edição. A primeira edição saiu em 1952.

21 Fatores que influem no custo do livro, o que, acreditamos, influenciou nas vendas do mesmo à época de seu lançamento.

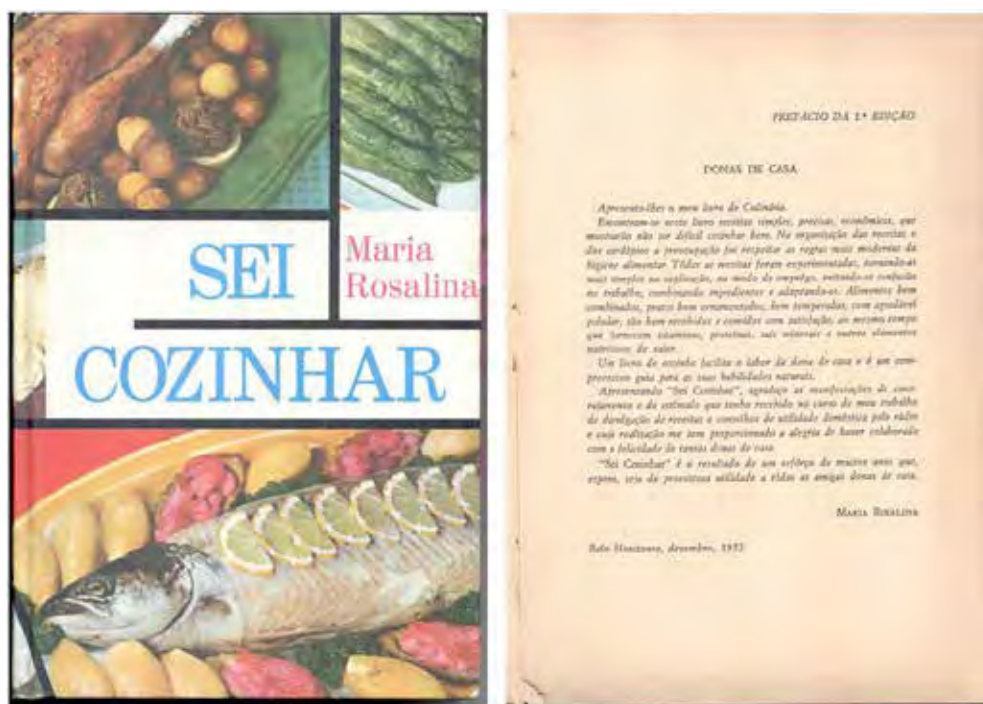


Figura 1 - Capa e Prefácio do livro Sei Cozinhar
Fonte: ROSALINA, 1987.

Já o Aulas da Cozinha Deliciosa (1981), apesar de se filiar a um imaginário semelhante, traz uma editoração mais elaborada que o Sei Cozinhar (1987), porém totalmente funcional. As fotografias são pouco atrativas e possuem baixa qualidade, há pouco cuidado em relação ao foco e a cartela de cores. Além disso, quando aparece alguém nelas, é sempre uma mulher.



Figura 2 - Capa e ilustração do livro Aulas da Cozinha Deliciosa
Fonte: WEISS, 1981.

Por fim, no *Panelinha: Receitas que Funcionam* (2012) é possível observar-se uma editoração com foco no design, na funcionalidade e na estética, simultaneamente. Rita Lobo ressalta a importância desse conjunto que compõe o livro ao mencionar e engrandecer a participação de diversos profissionais que participaram dele, como o fotógrafo Charles Naseh e a designer gráfica e ilustradora, Lavínia Carvalho (2012, p. 9).



Figura 5 – Capa de *Panelinha: Receitas que Funcionam* (2012)



Figura 6 - *One is fun*. *Panelinha: Receitas que Funcionam* (2012, p. 79).

Priorizando a funcionalidade, os grupos de receitas são divididos por cores, as quais são indicadas através de uma margem à direita e em outros detalhes das páginas, como informações próprias a cada receita (tempo de preparo e rendimento). Assim, por exemplo, a categoria “Vai começar” (p. 28) (saladas, sopas e ovos) tem como cor o verde, como indicado pela Fig. 6; já o capítulo destinado aos “Energéticos” (p. 124) (arroz, feijão batata e macarrão) tem como guia a cor marrom. Além disso, é possível notar ao longo do livro muitos elementos gráficos para identificação do tipo de prato, e fotografias ilustrando os mesmos, todos com alta qualidade. Esse numeroso conjunto de elementos de comunicação atende a um público feminino²² mais exigente e “antenado”. As fotografias presentes nos livros têm um enquadramento, um tratamento e um “arranjo cenográfico” (a posição da louça, as luzes e cores etc) bem diferentes dos manuais anteriores, é perceptível que há uma preocupação não só com o conteúdo das receitas, mas também com o design e a comunicação, apresentando um caráter mais profissional ao lidar com a imagem.

Se o *Sei Cozinhar* (1987) não traz imagens, no livro *Aulas da Cozinha deliciosa* (1981), as imagens são despreocupadas com a qualidade, mostrando fotos desfocadas e predominância de cores em tons amarronzados. No *Panelinha* (2012), por sua vez, nota-se um capricho especial em relação a esse campo. Novamente, essa preocupação pode ser entendida como resultado da mudança de visão da mulher e sobre a mulher, pois, com essas novas formas de representação a cerca do

²² Novamente, reconhecemos que o livro considera a figura masculina também, mas por uma questão de limite temporal, nos concentramos apenas em estudar o gênero feminino e sua relação com esse objeto de pesquisa.

gênero feminino, é de se esperar que o olhar sobre o todo envolvendo a receita culinária enquanto gênero textual também fosse atingido, atendendo tanto a pessoas experientes, inexperientes como até mesmo os curiosos no assunto culinário.

A Figura 6, retirada do manual *Panelinha* (2012), mostra uma parte da seção “Vai começar”, a chamada *One is fun* (p. 79). Essa, em primeiro lugar, pelo título em inglês²³, e, em seguida, pela definição a respeito do objetivo²⁴ dessa parte, fica claro que o livro em questão dá atenção à relação individual com a cozinha, proposta condizente com os novos padrões de vida atuais.

O fato da editoração privilegiar diversos recursos gráficos, como fotografias e ilustrações, juntamente com uma linguagem mais solta e menos direcionada a mulheres “donas de casa” são aspectos que possibilitam comprovar, no *Panelinha: Receitas que Funcionam* (2012), um viés menos carregado de machismo e um imaginário que limita a mulher ao lar. Tais fatores revelam uma conexão entre as mudanças nas representações entorno da figura feminina, a editoração e a linguagem adotadas pelo gênero textual.

Assim, visto o sujeito ser perpassado pelo momento social ao que está inserido, sugerimos que as novas formas de comportamento feminino afetam a autora, Rita Lobo, enquanto sujeito, e, por conseguinte, interferem duplamente sobre sua obra. Pretendemos demonstrar, portanto, que essas duas ações podem ser definidas da seguinte forma: num primeiro momento, o livro sofre influências do sujeito e do meio aos quais ele se conecta, se libertando das “amarras” tradicionalistas e patriarcais que rotulam a mulher como “dona de casa”; por outro, o mesmo manual atua reelaborando e difundindo os novos padrões de comportamento feminino, que denota uma mulher mais autônoma e independente.

Nesse sentido, é importante resaltar que através desse estudo podemos notar como momentos e mudanças sociais interferem, com nitidez, no olhar sobre a mulher, tais quais as páginas desses manuais de culinária demonstram. De acordo com os diferentes exemplares analisados, a relação entre o tipo de linguagem e de editoração sofre adequação, a qual, sem dúvida intervém no entendimento do papel do gênero feminino muda de acordo com o espaço/tempo.

23 De cara, uma forma de selecionar o público, quem não fala uma segunda língua, já é de certa forma, excluído.

24 “One is fun [traz] receitas práticas, em porções individuais, e recheado de truques para facilitar a vida de quem cozinha só pra si” (2012, p. 79).

Referências

BOURDIEU, Pierre. *A dominação masculina*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

LOBO, Rita. *Panelinha: receitas que funcionam*. São Paulo: Editora Senac, 2012.

MALUF, Marina; MOTT, Maria Lúcia. Recônditos do mundo feminino. In: SEVCENKO, Nicolau. *História da vida privada no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. *Produção textual, análise de gêneros e compreensão*. São Paulo: Parábola, 2009.

MARINHO, Janice Helena Chaves; DACONTI, Geruza Corrêa; CUNHA, Gustavo Ximenes. *O texto e sua tipologia: fundamentos e aplicações*. Belo Horizonte: Faculdade de Letras da UFMG, 2012.

PERROT, Michelle. *Minha história de mulheres*. São Paulo: Contexto, 2007.

ROCHA-COUTINHO, Maria Lúcia. *Tecendo por trás dos panos: a mulher brasileira nas relações familiares*. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

ROSALINA, Maria. *Sei cozinhar*. Belo Horizonte: Editora Itatiaia, 1987.

WEISS, Maria Thereza. *Aulas da cozinha deliciosa*. Rio de Janeiro: Editora Record, 1981.

Análise colorimétrica de faces humanas: uma abordagem para auxílio ao reconhecimento de imagens

Luciana de Sousa Santos¹
Fernando Reiszal Pereira²

Resumo

A quantificação colorimétrica da pele do rosto humano apresenta uma grande dispersão de valores. Esta dispersão varia de acordo com o espaço de cor (HSV ou YCbCr) adotado para a análise e quanto menor a dispersão mais adequado é o espaço ao reconhecimento facial.

O objetivo deste trabalho é analisar a distribuição estatística da colorimetria de imagens de rostos digitalizadas. A análise poderá dizer se as coordenadas de cor, tais como saturação, matiz e valor podem auxiliar em técnicas de reconhecimento facial. Como resultado da análise, espera-se concluir qual dos sistemas de coordenadas de cor (HSV ou YCbCr) é o mais adequado às aplicações em reconhecimento facial.

Palavras-chave

CBIR; Colorimetria; Fotografia; Processamento de imagens; Reconhecimento de imagens

Introdução

Existem diversos sistemas de reconhecimento facial baseados em análise colorimétrica da pele do rosto. Uma análise colorimétrica pode ser feita com o uso de diferentes espaços de cor, como por exemplo: RGB, HSV, YCbCr etc.

O objetivo deste trabalho é determinar qual espaço de cor seria o mais adequado ao processo de identificação de faces em imagens digitais, tendo como base de pesquisa um extenso banco de dados com fotografias de pessoas tiradas com critérios profissionais em termos de iluminação e balanço de cores.

Os trabalhos sobre reconhecimento de faces publicados até o momento são baseados em

1 Graduada em Fotografia pela Universidade Estácio de Sá, Rio de Janeiro e Mestranda em Design na Escola Superior de Desenho Industrial na Universidade Estadual do Rio de Janeiro (ESDI/UERJ).

2 Doutor em Engenharia Biomédica pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e professor na Escola Superior de Desenho Industrial – ESDI/UERJ

características colorimétricas de populações de países norte-americanos, asiáticos ou europeus, ou quando aplicados à realidade da população brasileira, usam um espaço amostral reduzido.

Este estudo se propõe a fazer uma análise colorimétrica de faces humanas, com ênfase em uma amostra de mais de 500 indivíduos, para que sirva de auxílio a métodos de reconhecimento de faces automatizados. Esse banco de imagens é representativo de uma população com características bastante diversificadas, como a brasileira, o que diferencia este trabalho de outros semelhantes quanto ao espaço amostral utilizado.

Todas as fotografias aqui processadas foram feitas com o devido cuidado, de forma correta e em condições controladas de ambientação e luz, tornando o espaço amostral desse trabalho bastante relevante para esse tipo de pesquisa.

Reconhecimento de faces

O rosto é a característica mais marcante para reconhecer uma pessoa. Temos a capacidade de rapidamente identificar um rosto ao vê-lo e mesmo que não identifiquemos prontamente, sabemos que já encontramos aquela pessoa anteriormente.

Dotar os computadores com essa capacidade de reconhecimento não é uma tarefa fácil, entretanto, maior potência de processamento e inteligência artificial, aliados às técnicas biométricas e a bancos de dados extensos com fotografias criadas (preferencialmente) em ambientes controlados, possibilitaram o crescimento da automatização do reconhecimento de faces, processo que se torna cada vez mais ubíquo em nossa sociedade.

Com a evolução da tecnologia de gravação e transmissão de dados, é fácil digitalizar vídeos em alta resolução com câmeras simples, o que gerou a possibilidade de adicionar mais uma variável ao processo de reconhecimento de imagem, tornando-o ainda mais preciso. Essa variável é a cor da pele, que vinha sendo deixada em segundo plano desde o início do desenvolvimento dos sistemas de identificação facial, pelo fato das câmeras de vídeo ainda não filmarem a cores em alta definição.

A identificação de faces se dá através da busca por conteúdo previamente disponível em um determinado banco de imagens. Então, ocorre a análise de parâmetros como cores, formas, texturas e posicionamento de pontos-chave no rosto, identificando a pessoa em questão (CASATI, 2010).

Colorimetria

A colorimetria é a ciência que mede e tenta descrever como os seres humanos percebem a cor. De acordo com Ivanova (2008), a cor é uma experiência não substancial e é sabido que cada indivíduo vê e memoriza a cor de uma maneira diferente do outro. O'Grady (2008) diz que as percepções de cor são bastante individuais e que pessoas que trabalham muito com cores, como designers e profissionais da área criativa, são capazes de diferenciar com maior exatidão os matizes semelhantes. Uma das tentativas da ciência da colorimetria é aproximar a percepção das cores de pessoa para pessoa, sejam elas da área criativa ou não.

O colorímetro é o equipamento óptico utilizado para medir cores projetadas ou em tela. Sua função principal é a de igualar (dentro das possibilidades de *hardware* dos dispositivos usados) as cores exibidas por projetores e monitores diversos, otimizando a percepção das imagens no conjunto de trabalho. É também o responsável por aproximar a imagem que é vista em tela, das cores medidas pelo espectrofotômetro na imagem impressa.

Espaços de cor

Espaço de cor é a representação matemática de um conjunto de cores. É o método pelo qual se pode definir, criar e visualizar cores, como afirmado por Poynton (1997). De acordo com o autor, existem diversos espaços de cor e cada um deles é adequado a aplicações específicas. Isso acontece também por conta de fatores limitantes tanto em alguns espaços de cor, como nos equipamentos onde eles se aplicam. Para entender os procedimentos usados no reconhecimento de cores é necessário dominar o conceito de gerenciamento de cor.

Um espaço de cor é um sistema de três coordenadas onde cada cor é representada por um ponto neste espaço.

Como mencionado por Poynton (1997), todo processo que envolve a troca de informações de cores entre computadores e dispositivos diversos precisa ser feito pelo sistema de gerenciamento de cor.

Os espaços de cor são parte fundamental desse contexto e estão categorizados em duas modalidades:

- Dependentes de Dispositivo ou Relativos
- Independentes de Dispositivo ou Absolutos

Espaços dependentes de dispositivo são aqueles que expressam suas cores relativas a algum outro espaço de cor, geralmente absoluto. A partir dessa comparação, consegue-se informações de cores que um determinado dispositivo pode exibir, capturar ou imprimir.

Espaços relativos são utilizados como espaço de trabalho em softwares de edição de imagem, diagramação e ilustração. Exemplo de espaços relativos: Adobe RGB 1998, CMYK SWOP etc.

Espaços independentes de dispositivo são aqueles que expressam cor em termos absolutos. Servem de referência de cor para a comparação entre espaços relativos e de trabalho. Não é comum o seu uso prático, entretanto, é possível trabalhar com o CIE $L^*a^*b^*$ em edição de imagens. Exemplo de espaços absolutos: CIE XYZ, CIE $L^*a^*b^*$, CIE Lu^*v^* etc.

Definido o espaço de trabalho e com o uso de colorímetro e/ou espectrofotômetro, pode-se criar perfis de cor para cada dispositivo e alguns tipos de substratos, mapeando suas características colorimétricas. Isso é necessário, porque as cores se comportam de forma distinta dependendo do meio. Exemplo de perfis: para impressoras, papéis, tecidos, monitores, projetores, scanners etc.

Esses perfis funcionam dentro do sistema de gerenciamento de cor e servem para definir, traduzir e padronizar a informação das cores na transição desses dados de dispositivo para dispositivo, otimizando a visualização, impressão e captura das imagens.

Espaços de cor HSV e YCbCr

O espaço de cor HSV ou *hue, saturation, value* (matiz, saturação e valor) foi desenvolvido para ser mais intuitivo ao se escolher e manipular a cor digitalmente, sendo seu propósito se aproximar da forma que vemos, percebemos e interpretamos as cores.

YCbCr é o espaço de cor usado primariamente para vídeo digital e em transmissão de imagem de TV. Ele tem como característica principal, a separação de seus canais em informações de luminância (Y), croma azul (Cb) e croma vermelho (Cr).

O HSV e o YCbCr form os espaços de cor escolhidos para desenvolver esta pesquisa por possuírem a característica comum de separação da informação de luminância da informação de croma na composição de seus canais.

Metodologia

A análise colorimétrica das mais de 500 fotografias foi feita com o uso de *software* desenvolvido no programa de Pós-Graduação da ESDI. O desenvolvimento deste *software* foi norteado pelas seguintes premissas:

- Para a coleta de informação de cada pessoa consideraram-se três áreas mais iluminadas e uniformes do rosto humano: as bochechas e a testa.
- As áreas eram selecionadas por formas geométricas denominadas “marcadores”.
- Para cada conjunto de três marcadores de uma pessoa, foram gerados histogramas da distribuição de matizes e saturações.

O processo de coleta de dados se dá na seleção de três pontos-chave dentro da imagem e para fins estatísticos deve-se selecionar uma área do rosto que seja a maior possível, para que o histograma seja representativo de toda face (LOPES, 2001). As ferramentas disponíveis permitem a seleção de múltiplas regiões, com diversos formatos para os marcadores, de modo a abranger a maior área possível, como exemplificado por Carvalho (2005).

A figura 1 mostra a captura da tela do programa desenvolvido para a análise, onde se observa os três círculos verdes usados como marcadores e os histogramas referentes à distribuição das coordenadas H, S, Cb e Cr.

Vale ressaltar aqui que a fotografia presente na figura 1, a seguir, foi pixelada por questões de privacidade.

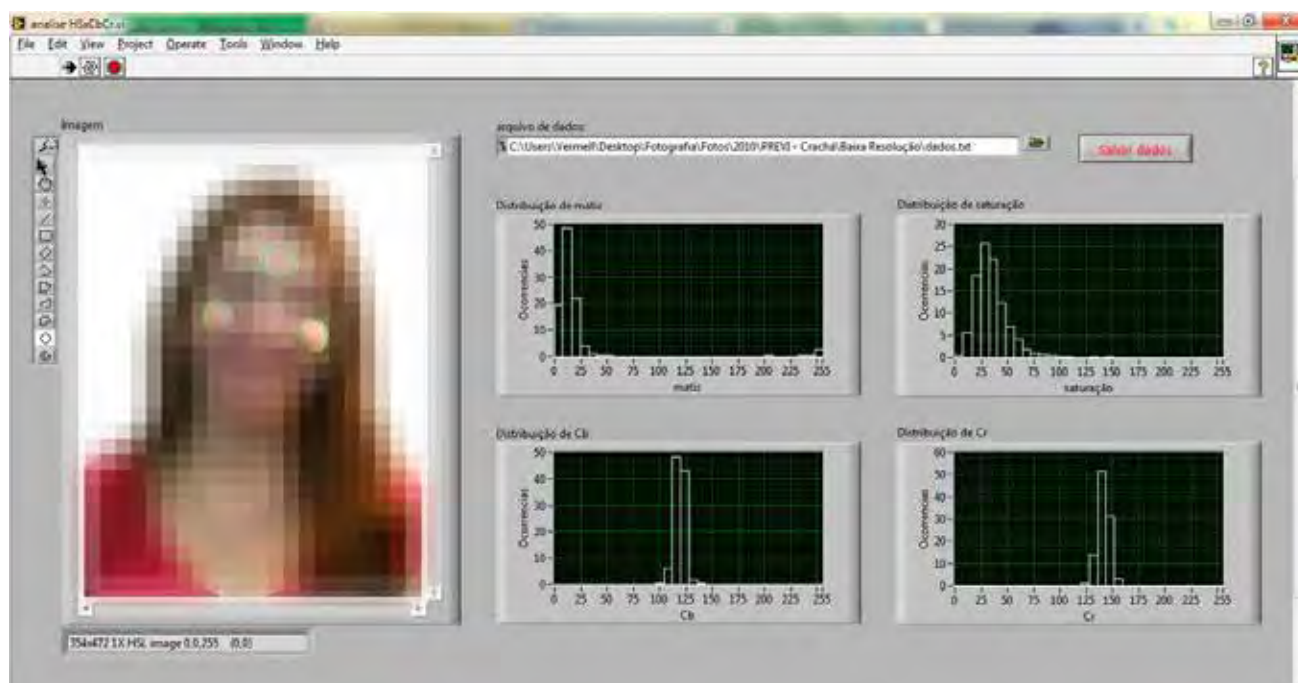


Figura 1 - Histogramas gerados pelas três áreas selecionadas pelos marcadores

Resultados

A superposição dos histogramas de todas as imagens usadas neste trabalho permite avaliar o quanto eles variam entre si, como pode ser visto na figura de número 2. Nesta imagem, observa-se

a superposição dos histogramas das mais de 500 fotografias disponíveis.

Diferentemente dos gráficos que apresentam um único histograma, estes gráficos não usam barras para representar a distribuição, e sim, linhas conectando os valores de ocorrências. Com este diagrama conclui-se que as dispersões de Cb e Cr são bem menores do que as dispersões de H e S.

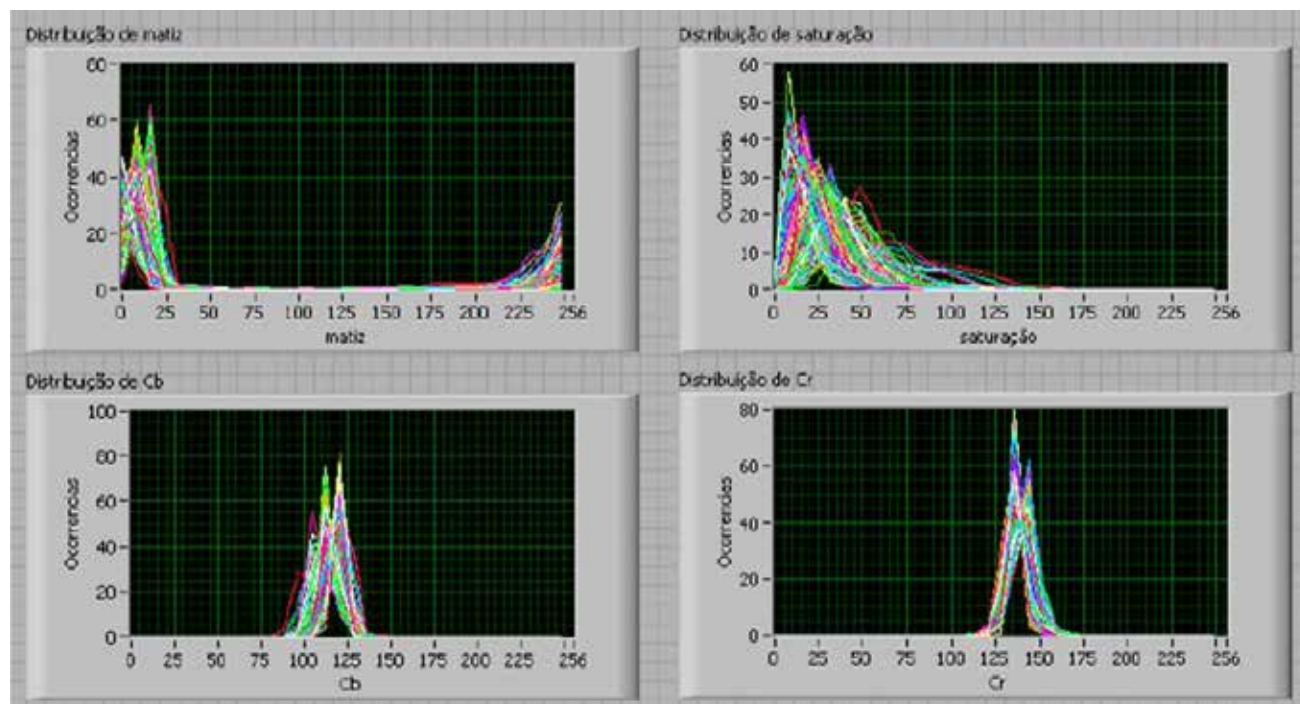


Figura 2 – Gráficos mostram a superposição dos histogramas das mais de 500 imagens analisadas neste trabalho

Distribuição de coordenadas HSV

O primeiro gráfico da figura 2 mostra uma superposição de histogramas individuais da coordenada H de várias fotografias. Para cada um desses gráficos será calculado o valor médio. Os valores médios foram usados para gerar outro histograma, que representará a distribuição das médias individuais, como mostrado na figura 3.

De acordo com a teoria de distribuições estatísticas, um histograma que represente a média geral das médias individuais apresentará sempre uma dispersão menor, em comparação com os 500 histogramas individuais. Na figura 3, na parte

superior do histograma, há uma barra superposta cujo matiz corresponde aos valores da escala numérica horizontal.

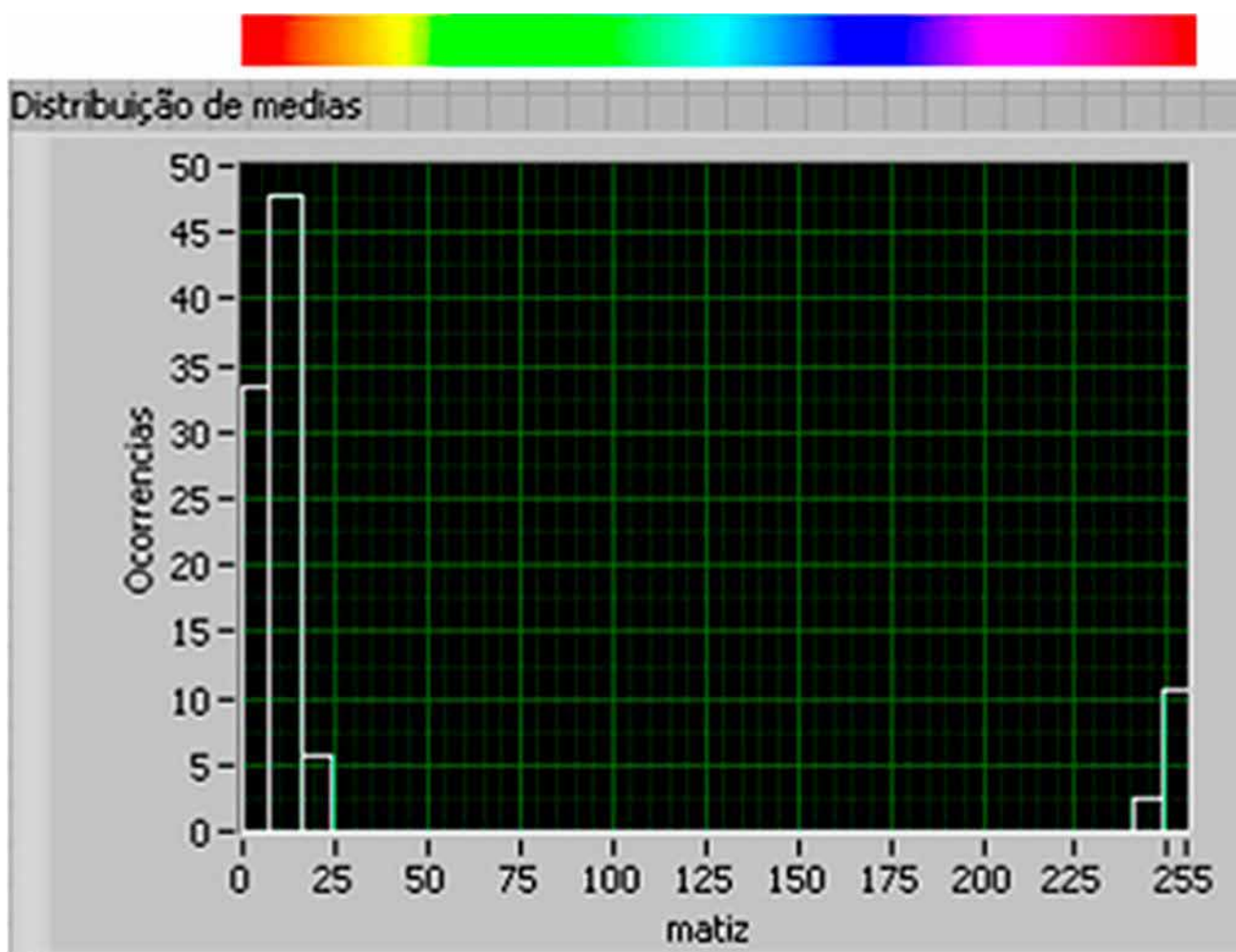


Figura 3 – Distribuição de médias individuais dos matizes da pele humana

Para gerar um valor estatístico que defina a característica do rosto humano, pode-se calcular a média geral de todas as médias individuais, bem como o desvio padrão deste resultado.

Tendo-se em mente a característica cíclica da coordenada H para efeitos de cálculo, a média geral m encontrada foi de 7,2 unidades, e o desvio padrão s foi de 14,6.

Analogamente ao procedimento feito para o matiz (H), será estimada a distribuição das médias individuais de saturação (S), como mostrado na figura 4.

A estimativa para a média da coordenada S não é tão complexa quanto a da coordenada H, pois a saturação não é uma coordenada circular. Um cálculo direto fornece os resultados desejados.

Observa-se novamente a tendência de um histograma de médias individuais apresentar sempre uma dispersão menor, como pode ser observado em comparação com os 500 histogramas individuais.

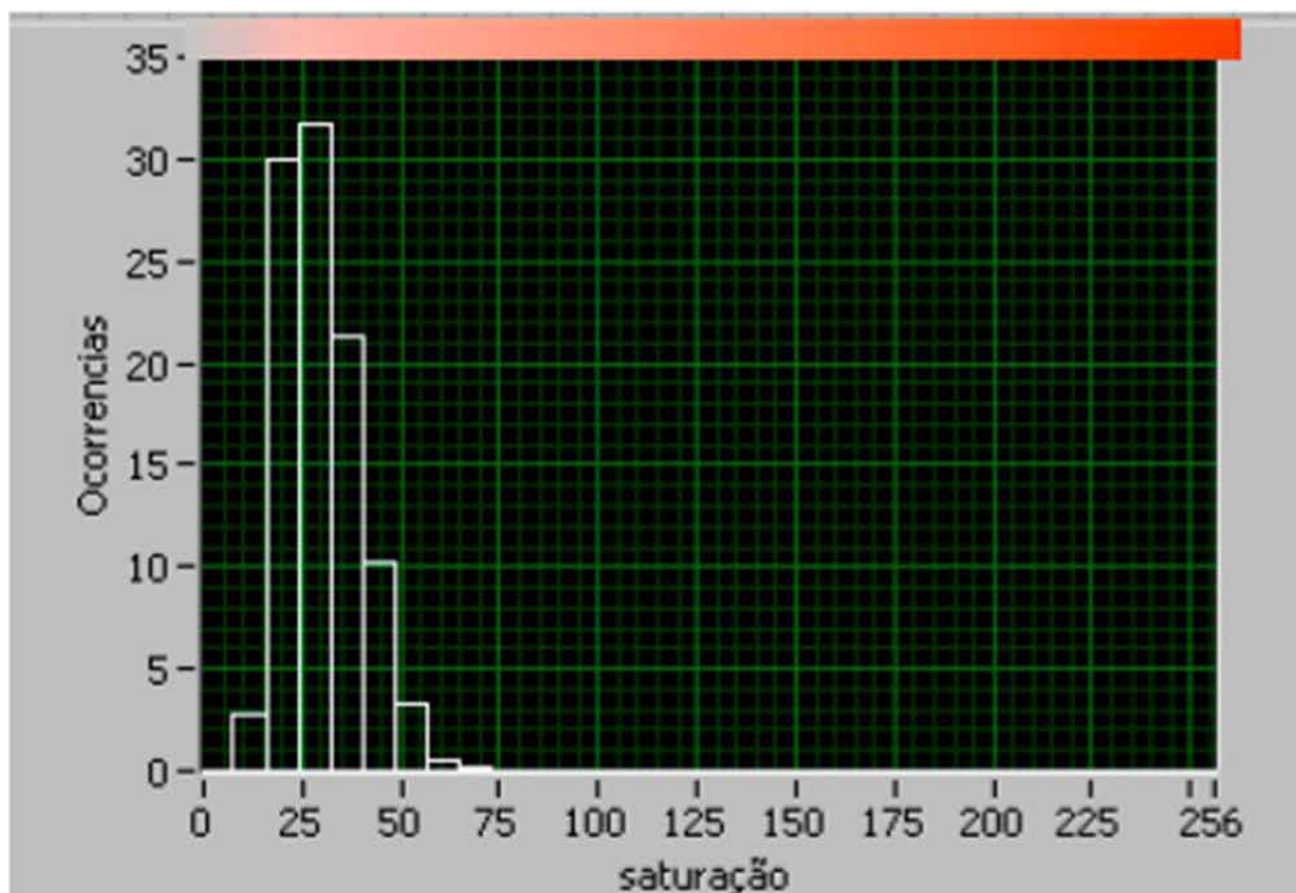


Figura 4 – Distribuição das médias de saturação da pele humana

Nota-se no gráfico de saturação (figura 4) uma dispersão maior do que a apresentada no histograma representativo dos matizes (figura 3).

Distribuição de coordenadas YCbCr

As coordenadas YCbCr definem um espaço de cor para vídeo digital e transmissão de imagem em TV digital. Ao contrário do HSV, não é um espaço de cor que possa ser interpretado diretamente pela nossa percepção visual, como observado por Poynton (1997).

A figura 5 mostra o histograma das médias individuais da coordenada YCb de cada uma das 500 fotografias analisadas. Em comparação com os histogramas das médias individuais das variáveis H e S, pode-se observar que a dispersão de valores é menor. É um intervalo que representa uma dispersão de valores bastante inferior ao encontrado nas variáveis do sistema HSV.

Neste caso não se colocou nenhuma faixa de cores acima do gráfico, pois nossa percepção visual não traduz diretamente os valores de YCbCr para uma cor real. A variável YCr apresenta uma concentração tão grande quanto a de YCb, como pode-se comparar pelas figuras 5 e 6. A área de concentração ocupada pelas barras é muito próxima nos dois gráficos representativos desses canais de informação.

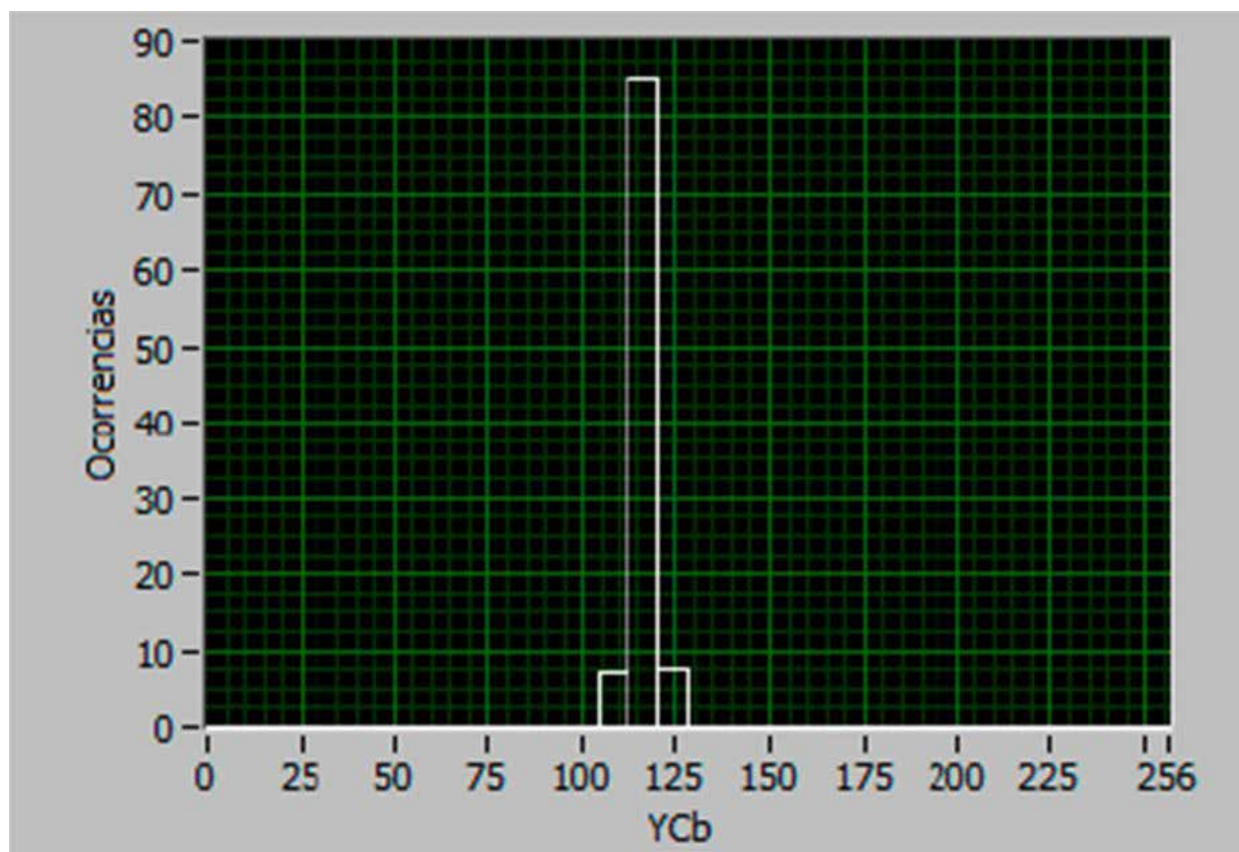


Figura 5 – Histograma das médias individuais de YCb

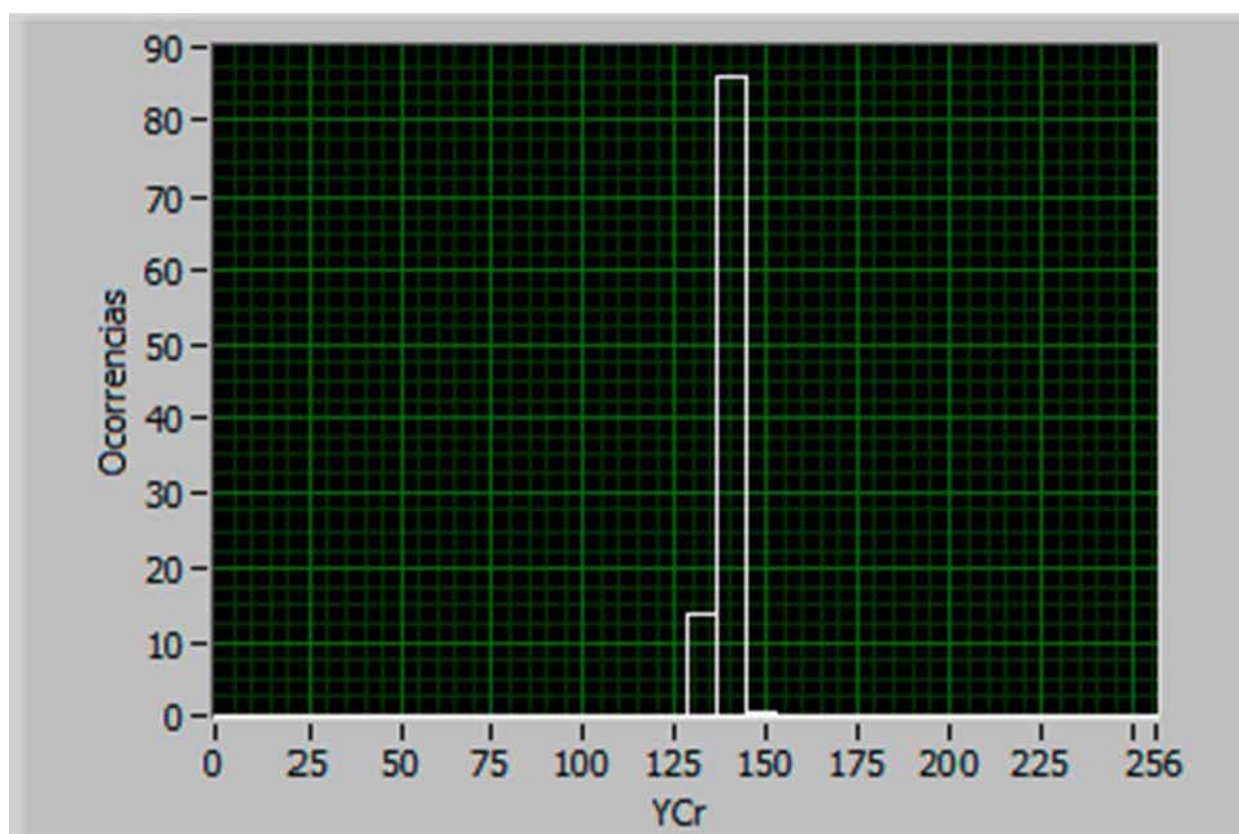


Figura 6 – Histograma das médias individuais de YCr

Ao analisar os dois gráficos representativos do espaço de cor YCbCr, apresentados nas figuras 5 e 6, fica bastante evidente sua característica de baixa dispersão.

Conclusão

A identificação de faces se dá através da busca por conteúdo existente em um banco de dados. Para que esse reconhecimento seja bem sucedido, é feita uma análise de parâmetros fundamentais, dentre os quais se encontra a análise colorimétrica.

A partir desse estudo pode-se dizer então, que a cor é, de fato, uma poderosa ferramenta no reconhecimento automatizado de imagens e que bancos de dados que se utilizam de imagens (estáticas ou em movimento) coloridas, aumentam o potencial

de um resultado satisfatório na identificação de uma determinada pessoa pelo algoritmo de busca.

De acordo com os resultados, concluímos que é possível estabelecer uma faixa estreita de matizes que definem as cores da pele humana para serem passados como informação ao algoritmo de reconhecimento de imagens, como dado de identificação de pessoas.

Fazendo-se a comparação entre as dispersões encontradas nos dois espaços de cor aqui utilizados, pôde-se perceber que o YCbCr é o mais adequado para um sistema de identificação de rostos baseado em quantidades colorimétricas, pois a dispersão encontrada nos gráficos de YCbCr é muito menor do que a presente nos histogramas representativos do espaço HSV.

Referências

- CARVALHO, F. J. S.; TAVARES, J. M. R. S. *Metodologias para identificação de faces em imagens: Introdução e exemplos de resultados*. Granada: SEMNI Espanha, 2005. 14 p.
- CASATI, J. P. B.; RODRIGUES, E. L. L. *Comparação de Técnicas de Reconhecimento Facial Utilizando Histogramas de Cores Quantizadas pelo Misturograma*. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2010. 5 p.
- IVANOVA, K.; STANCHEV, P. L.; DIMITROV, B. Analysis of the Distributions of Color Characteristics in Art Painting Images. Sofia: Bulgarian Academy of Sciences, 2008. 26 p.
- LOPES, E. C. *Detecção de Faces e Características Faciais*. Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica RS, 2001. 44 p.
- O'GRADY, J.V.; O'GRADY, K.V. The Information Design Handbook. 1st edition. Cincinnati: How Books, 2008. 224 p.
- POYNTON, C. *Color FAQ: Frequently Asked Questions About Color*. Toronto, 1997. 24 p.

Representação fotográfica: sua contextualização e aplicação pelo designer

Júlio César Riccó Plácido da Silva¹
Cibele Taralli Haddad²

Resumo

Este artigo tem como objeto de pesquisa expor a contribuição e a importância da fotografia como ferramenta representativa na etapa da apresentação final do produto. Para tanto, serão analisados a evolução do equipamento fotográfico, sua técnica e como ela vem sendo contextualizada e aplicada pelo designer nos processos de apresentação e comunicação do produto.

Palavras-chave

Representação fotográfica; Design do produto; Modelos de Projeto; Processo Projetual; Fotografia

Introdução

O presente artigo constitui parte da pesquisa em desenvolvimento, onde são apresentadas a importância e contribuição da fotografia como meio de divulgação de produtos em contraposição ao seu uso como instrumento e meio auxiliar ao processo de desenvolvimento de projeto em design do produto.

No processo de criação de novos produtos industriais, o designer utiliza diversos procedimentos metodológicos, criativos, ferramentas e técnicas para o desenvolvimento de suas ações. Sobre as tecnologias e técnicas, o seu aprimoramento ou inovações vindas dos recursos digitais impõe ao profissional da área, procedimentos proativos em atualização constante, que exigem implementação imediata, sequencial e continuada desses novos conhecimentos. Dessa maneira, os processos digitais muitas vezes afastam os profissionais, pois as referências estabelecidas ao longo da história são substituídas rápida e constantemente com as transformações tecnológicas.

Pode-se considerar que muitos designers já utilizam instrumentos computacionais e digitais para o estudo, realização e concretização de seus projetos. Dentre tais instrumentos, considera-se que a fotografia poderia assumir função auxiliar, mas essencial como meio participante das atividades do designer, do processo criativo às etapas de desenvolvimento e finalização do projeto. Dentro desta perspectiva se considera que esta técnica historicamente desempenhou e ainda assume papel

¹ Mestre, SENAC – São Paulo (SP).

² Doutorado, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAUSP).

significativo nos processos projetuais do design, tem sido subutilizada pelos profissionais da área. Raciocínio que traz ao designer uma visão expandida de como ele pode utilizar-se deste processo durante o projeto do produto, desenvolvendo um procedimento construtivo da imagem do mesmo, e o idealizando desde o início do projeto, embora os procedimentos e recursos da fotografia digital coloquem outras possibilidades de representação e trabalho/manipulação de imagens, que podem alterar o modo e a frequência, do seu emprego nas fases de projeto, apresentação e comunicação de produtos de design.

As indagações desta pesquisa abrangem a realização de investigações sobre a construção da imagem de apresentação do produto, tendo como base as múltiplas técnicas da produção fotográfica. Perante as análises apresentadas, o desenvolvimento desta pesquisa congrega as primeiras reflexões, esboços e ideias desenvolvidas ainda em período de maturação³.

Este artigo apresenta como objetivo expor a contribuição e importância da fotografia como ferramenta representativa na etapa da apresentação final do produto. Para tanto, adota como procedimento metodológico percorrer a breve revisão histórica e bibliográfica sobre a evolução do equipamento fotográfico, de sua técnica e como ela vem sendo contextualizada e aplicada pelo designer nos processos de apresentação do produto, seguido pelas mudanças e incorporação de uso no design, compreendendo assim sua interferência nas ações do processo de projeto e de sua comunicação na sociedade de consumo.

Um breve histórico da evolução da ferramenta fotográfica

Entre o final do século XVIII e o início do XIX surgiram as primeiras experiências com o registro de imagens por meio da exposição à luz de chapas preparadas quimicamente. Vários inventores no mundo buscavam, independentemente, um processo de fixar sobre o papel ou em outras superfícies as imagens obtidas pelo uso da câmera lúcida, aparelhos óticos então bastante populares, que executavam uma sobreposição óptica do objeto a ser visto sobre uma superfície a qual o artista está desenhando, pelo meio da projeção por lentes, prismas e espelhos.

Assim o percurso da fotografia é marcado por diversos aprimoramentos técnicos, que procuram atender às necessidades da sociedade em suas diversas perspectivas e que passam a ser gradativamente documentadas pelo instrumento fotográfico, mas que permaneceu por um longo tempo como curiosidade tecnológica e de uso exclusivo de poucas pessoas.

A fotografia para Kossoy (2001, p. 25) é uma das invenções que ocorre no contexto do desenvolvimento das ciências, tornando papel essencial enquanto possibilidade inovadora de informação e conhecimento, instrumento de apoio à pesquisa em seus diferentes campos e também como forma de expressão artística.

A evolução do equipamento fotográfico acelerou-se com o surgimento da fotografia digital no século XX, que interferiu bruscamente no modo de fotografar, tomando gradativamente o espaço dos equipamentos analógicos, que hoje são de difícil acesso e tidos como obsoletos.

O grande desenvolvimento tecnológico possibilitou a diminuição progressiva do tamanho das câmeras que seguiram a tendência geral à miniaturização do objeto. Devido às facilidades proporcionadas pelas novas tecnologias, a fotografia popularizou-se entre os amadores. Tais facilidades como, por exemplo, a de visualizar suas imagens na tela de seu computador pessoal ou em sua televisão, enviar para amigos de diferentes partes do mundo ou até mesmo disponibilizá-las

³ Esta pesquisa integra investigações em andamento na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAUSP), sobre Linguagem e Representação em Design de Produtos, liderada pela professora Cibele Haddad Taralli e o autor deste artigo.

em seu site pessoal. Perante essas facilidades, o seu consumo é crescente e ininterrupto, o que levou essa ferramenta a uma sequência de aperfeiçoamentos. Tais aperfeiçoamentos visaram a reprodução fiel da realidade que implementaram sua total automatização.

O equipamento fotográfico digital na contemporaneidade oferece padrões diferentes para a criação de novas possibilidades expressivas, permitindo contribuições tanto para o produto quanto para sua imagem. Estas possibilidades também se aplicam no processo de desenvolvimento em design, liderado não somente por um autor, mas por vários que atuam em trabalhos colaborativos tanto presencialmente como à distância, por meio de ações coletivas em ambientes virtuais com possibilidades de aprendizagem infinitas.

A produção da imagem e sua influência comunicativa no design

A fotografia como ferramenta de registrar e reproduzir imagens acompanhando a evolução da sociedade, e vem colaborando e modificando as formas de comunicação visual. Durante essa evolução ocorreu uma mudança repentina e os limites técnicos acabaram sendo suplantados com a inserção das novas tecnologias, as quais acabaram gerando baixos custos e propiciando um maior acesso.

Como ferramenta necessária ao design, Cardoso (2004, p. 50) coloca em capítulo específico de sua obra que a imagem gerada pela fotografia teve pouco impacto sobre a arte do design, não tendo sido implementada de imediato, pois em seu nascimento, não apresentou uma ameaça direta aos processos já utilizados para produção e veiculação comercial de imagens impressas, e nem foi uma ameaça às técnicas convencionais de representações gráficas utilizadas na época.

Hollis (2000) afirma que nas décadas de 20 e 30, os designers enfrentaram um novo desafio com o surgimento da fotografia, pelo fato de estar entrando em todos os veículos de comunicação. O mesmo autor assegura que hoje, a fotografia tem uma grande importância para o design, como outros recursos que foram modificados com as novas tecnologias para adequar-se às novas necessidades existentes.

Apenas na década de 50 que surgiram na produção de imagens por meios convencionais, vestígios da influência da fotografia e um maior impacto sobre a comunicação visual, não só no plano tecnológico, mas no conceitual, notadamente nas questões da linguagem fotográfica, como enquadramento, composição, acabamento e sombreamento, começando a alterar o tratamento dado as imagens, transmitindo muito mais do que uma nova estética (CARDOSO, 2004 p. 53).

Contudo Cardoso (2004 p. 51) alega que somente na década de 1960, após a difusão do processo de colódio para gerar negativos sobre vidro, que a fotografia começou a ficar mais acessível em termos de custos, propiciando em grande escala a produção de retratos e, somente na década de 1980, com a introdução de câmeras baratas, utilizando filme e rolos criados pela Kodak.

A incorporação dos meios digitais aos processos de produção e representação de imagens na contemporaneidade, aliado ao ambiente virtual de comunicação vem abrindo outros horizontes de trabalho e pesquisa em design.

Atualmente a inserção da fotografia está relacionada a novos conceitos e termos que estão aos poucos ocupando o campo do design: as influências das poesias digitais, a virtualidade da imagem, a arte interativa, a criação da vida artificial, o universo multimídia e o ciberespaço. Todos estes e os novos adventos da tecnologia contemporânea influem sistematicamente no processo da representação do produto.

Para Cardoso (2004 p. 53) a fotografia completou o processo de transformar a imagem em mercadoria ambulante e barata, mas ironicamente essa abundância toda acabou por esvaziar as

imagens de uma parte de seu poder simbólico tradicional. Quanto maior o valor atribuído ao universo total de imagens, menor o valor que se imputa a qualquer uma delas individualmente. Nesse paradoxo apenas aparente reside uma característica fundamental da lógica da circulação de informações e signos na modernidade e, mais ainda, na pós-modernidade com o esvaziamento do sentido não pela sua supressão, mas pela sua propagação ilimitada.

Verificou-se, no entanto, que a fotografia é de grande importância para o design, pois no processo de comunicação e significados estabelecendo a atração visual do consumidor com o produto, possuindo e carregando uma grande carga de informações, uma vez que faz com que o público se identifique ou não, com um determinado produto ou desenho gráfico. A representação fotográfica na contemporaneidade é tida como a mais objetiva, e fiel as propriedades do objeto ou imagem, pois é conferida a ela características de realismo por se tratar de uma reprodução, ou novo produto (no sentido inventivo do termo) feita com base no fato físico, e não na virtualidade.

A produção e representação da imagem do produto

Hoje, quase um século depois da invenção da fotografia, vive-se um período de rápidas transformações que influenciam a habilidade criadora e comunicativa das imagens. Com o advento da computação gráfica e suas possibilidades criadoras e de reprodução imagética, vislumbra-se um processo iminente de reeducação da visão. As imagens e a colagem de outras imagens superpostas leva e induz ao procedimento de comparação de espécies de textos visuais, que obedecem muito mais à subjetividade do que à objetividade do mundo real. (ACHUTTI, 1997)

Esse ambiente real é apreendido por todos os sentidos do indivíduo. Entretanto a visão é responsável por contribuir com 87% da atividade dentre todos os outros sentidos, concedendo-nos a impressão de que a realidade é o que vemos (OKAMOTO, 1996). Deste modo existem três elementos (Figura 01) dos quais são essenciais para a concretização de uma fotografia:

“...o assunto, o fotógrafo e a tecnologia. São estes os elementos constitutivos que lhe deram origem através de um processo, de um ciclo que se completou no momento em que o objeto teve sua imagem cristalizada na bidimensão do material sensível, num preciso e definido espaço e tempo” (KOSSOY, 2001 p. 37) tornando um dos principais processos de registro do espaço tridimensional.

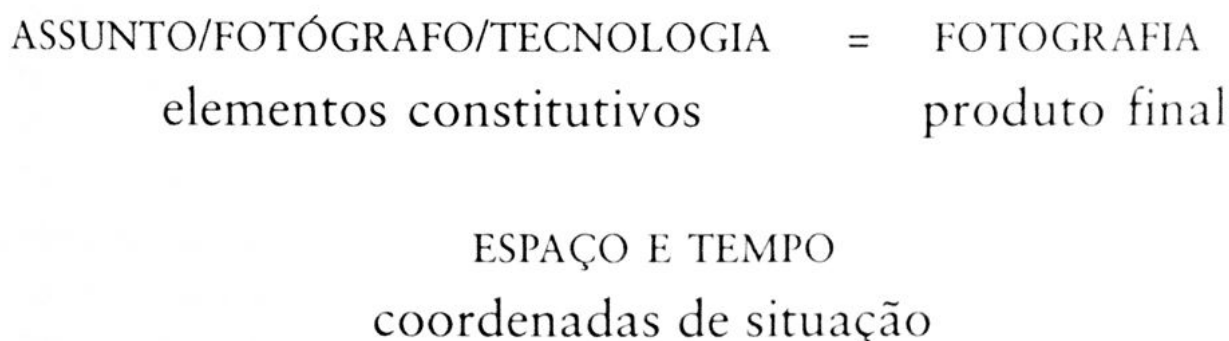


Figura 1-Boris Kossoy, “Elementos para el Desarrollo de la Historia de la Fotografía en América latina”, *Memorias del Primer Coloquio Latinoamericano de Fotografía*, México, Consejo Mexicano de Fotografía, 1978, p.21.

Essa principal ferramenta de apreensão do espaço tridimensional é uma constante em projetos que se utilizam de imagens, pois sua capacidade de inferir informações e conduzir uma ampla série de emoções é muito grande (AMBROSE e HARRIS, 2009).

No entanto para compreendermos melhor a produção da imagem do produto, deve-se analisar não apenas em qual etapa específica ela é utilizada como ferramenta, mas em quais momentos ela é aplicada e quais técnicas são empregadas para a produção da imagem ou o momento preciso de sua materialização documental (Figura 02).

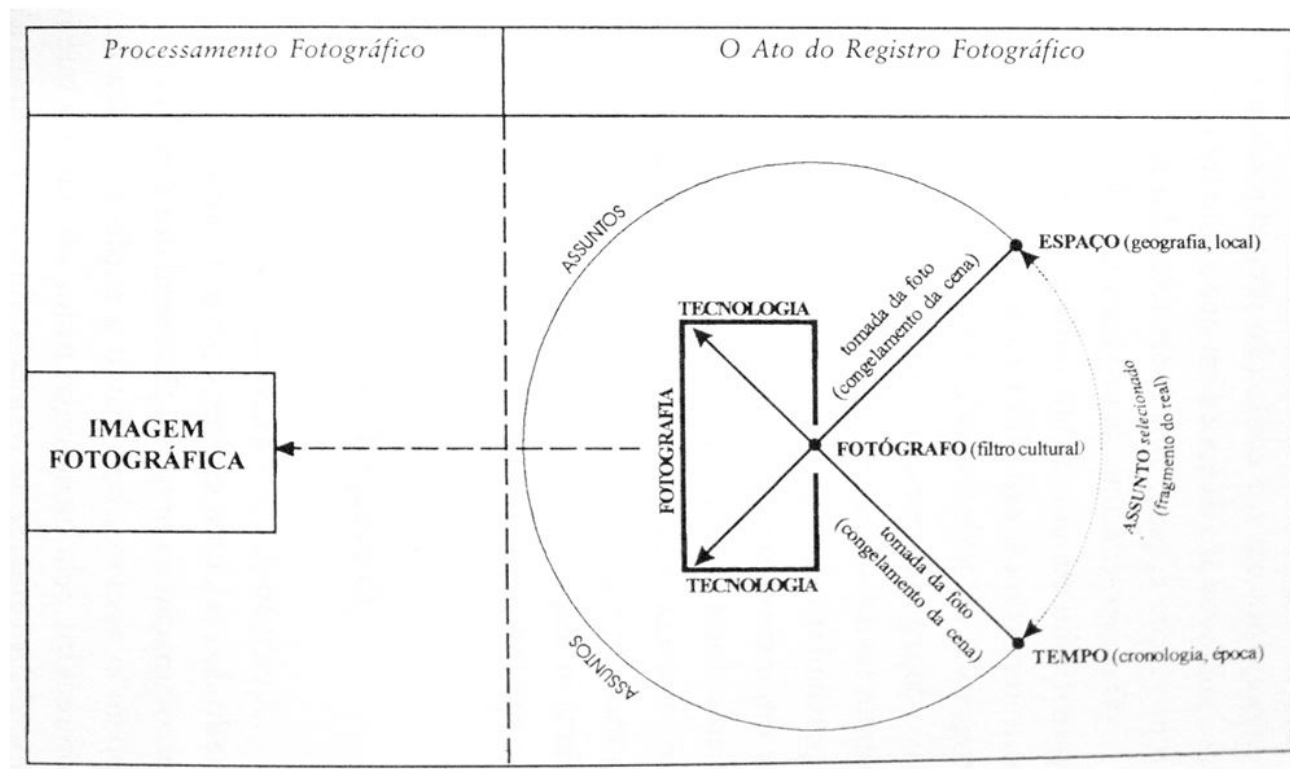


Figura 2 - Boris Kossoy, A materialização documental da imagem fotográfica, Fotografia e História, 2001, p.41.

Fazem parte da metodologia de projeto de produto as etapas: levantamento de dados, estudo de modelos volumétricos, registro do processo de projeto, geração de alternativas, avaliação de alternativas, realização da solução do problema, lançamento do produto, etapa de apresentação final, fotografia de soluções, processo criativo, entre outras.

Na verificação da viabilidade de produção dos objetos, após o pré-teste e avaliações, juntamente com usuários selecionados, são realizadas as últimas modificações e inicia-se o processo de produção do produto para a apresentação final junto ao público. Para tal, é necessária a produção de imagens dos protótipos, e modelos do mesmo, de forma que comunique com clareza seus desempenhos e características, e possibilidades de interfaces humanas, considerados como diferenciais no processo do projeto.

A imagem é indispensável como forma comunicativa do produto, levando toda uma equipe a realizar estudos prévios que antecedem a uma escolha de qual ferramenta será utilizada para tal registro. Seja ela a fotografia publicitária ou a renderização digital, ambas necessitam de técnicas específicas para sua aplicação. Assim é exigido do designer certo domínio nesse campo vasto de técnicas, para satisfazer as exigências dos processos de apresentação e comunicação do produto

e em suas interferências nas ações do processo de projeto, e de sua comunicação na sociedade de consumo.

Bürdek (2006, p. 321) apresenta a importância da linguagem dos produtos que pode ser vista como uma ferramenta fundamental e de grande estratégia, que pode influenciar e objetivar a expressão de um produto, de maneira a determinar decisões de projeto, e mais adiante, a relação ou aceitação pelo usuário, de forma mais precisa.

Processos de representação e apresentação do produto

Nesse tópico é apresentada uma descrição das técnicas de produção da imagem com maior ênfase na fotografia do produto, utilizada com destaque na apresentação do projeto final e nos meios de representação durante as etapas do projeto.

Os diferentes meios de representação e apresentação de um produto em forma de imagem podem ser feitas em diferentes processos de representação gráfica sejam elas bi ou tridimensionais, analógicas ou digitais. São diversas tecnologias existentes para o desenvolvimento da imagem, entre elas as modalidades do desenho: (manual ou digital) desenho técnico, esboços (*sketches*), croquis, esquemas, ilustrações e renderização (*rendering*) e de utilização de modelos físicos: modelo, protótipo e maquete (*mockup*), produção da fotográfica do produto (*still*) e cinegrafismo (*mocap* e *augmented reality*). Hoje com as novas tecnologias, as formas de representação sofrem um grande salto com a utilização de ferramentas digitais que auxiliam todo esse processo (impressora 3D, CNC de corte e gravação).

Segundo Gomes (2006, p. 214) todos esses processos são usados e exercitados pelos designers como ferramentas indispensáveis para as etapas de estudos experimentais, tendo em vista a concepção, o desenvolvimento do projeto e a documentação e registro técnico para a fabricação, confecção ou elaboração do objeto.

O meio de representação fotográfica ou as outras formas mencionadas anteriormente consistem em representar o produto de forma a enfatizar todas as características do mesmo, do que se quer transmitir para o usuário: seu desempenho prático, emocional (sensibilidade, textura), tecnológico, materiais, proporção (tamanho), forma, dentre outras. A mensagem transmitida pela fotografia do produto alcançará seu receptor da forma como foi planejada pelo briefing desenvolvido, para que o fotógrafo realize tal imagem (SILVA, 2011 p. 38), seguindo diversas diretrizes que devem ser coordenadas pela própria equipe que é responsável pelo produto. Pensando nas diversas diretrizes coordenadas por esta equipe, a fotografia do produto exige um conhecimento técnico, especializado e avançado para que se consiga atingir resultados satisfatórios na representação do mesmo. O domínio da técnica é necessário, para que o operador desta ferramenta consiga extrair o que existe de melhor no produto.

Considerações finais

A fotografia teve e ainda tem papel significativo no processo projetual do design, no entanto, o que se vê é um distanciamento do designer a essa ferramenta necessária para a atividade. Verificou-se que ela é de grande importância para o design, pois muitas vezes estabelece um vínculo emocional visual do consumidor, uma vez que possui uma grande carga de informações, e faz com que o público se identifique ou não com um determinado produto.

Sabendo-se do papel significativo exercido pela fotografia para os profissionais de design,

referenda-se a urgência na atualização continuada em relação aos conhecimentos técnicos e tecnológicos, decorrente do rápido desenvolvimento de novas tecnologias, disseminando os recursos e ferramentas disponíveis que podem estar subutilizadas. Caso contrário, a fotografia acaba relegada a um segundo plano não havendo tempo hábil, e deixando de contribuir para que seus conceitos e soluções sejam desconsiderados no processo projetual do design.

Todos adventos e implantações de tecnologias, como a atual e contemporânea influem sistematicamente nos processos projetuais, como é o caso do design. Atualmente cabem investigações aprofundadas sobre como a inserção da fotografia está relacionada ou não, a novos conceitos e termos que estão aos poucos ocupando o universo do design. Para diluir a alienação ao instrumento fotográfico, nos tempos atuais da cibercultura, é de grande importância a atualização do designer as novas técnicas e tecnologias fotográficas.

Portanto, a partir desta contextualização histórica, análise, inserção e fundamentação iniciais, verifica-se a necessidade de estudos mais aprofundados na área, visando um melhor entendimento da importância da fotografia digital para o processo do design da concepção a representação dos produtos, cabendo também a promoção de pesquisas sobre o estado da arte sobre a situação de atualização de designers, com meios de representação de objetos por fotografia digital.

Referências

- AMBROSE, G.; HARRIS, P. *Design básico: imagem*. Porto Alegre: Bockman, 2009.
- ACHUTTI, L. *Fotoetnografia: um estudo de antropologia visual sobre cotidiano, lixo e trabalho*. Porto Alegre: Palmarinca, 1997.
- BÜRDEK, E. B. *História, teoria e prática do design de produto*. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.
- GOMES, J. F. *Design do objeto: bases conceituais*. São Paulo: Escrituras, 2006.
- HOLLIS, R. *Design Gráfico: uma história concisa*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- KOSSOY, B. *Fotografia & História*. 2. ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.
- OKAMOTO, J. *Percepção Ambiental e Comportamento*. São Paulo: Plêiade, 1996.
- SILVA, B. S. A. *A fotografia como forma de representação de produtos*. 2011. 80. Trabalho de Conclusão de Curso – Universidade do Estado de Santa Catarina – Centro de Artes - CEART. Florianópolis. 2011.

Fotografia de moda: imagem como signo e estratégia de marketing

Bárbara Dias Lage¹

Resumo

A fotografia é um recurso atualmente bastante utilizado na moda a fim de promover seus produtos. Todavia, essa promoção opera muito mais pelo viés da construção de valor do que da simples exposição de produtos. A fim de demonstrar como isso acontece, este trabalho irá revisitar alguns conceitos da semiologia, do design e do marketing. Em seguida, será analisado um editorial de moda, explicitando os mecanismos de criação de significado empregados nesse trabalho.

Palavras-chave

Fotografia; Moda; Semiologia; Design; Marketing.

Introdução

Até os anos da década de 1940, a moda era somente voltada para a alta costura. Com o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa, ela então começou a conquistar o espaço que desfrutava no momento. A fotografia, neste contexto, cumpre seu papel ao registrar e gerar uma memória coletiva que assegura a divulgação das criações de moda. Desse modo, a fotografia tornou-se um fator de coexistência da moda ao fornecer elementos que a tornam imprescindível para esse propósito.

Partindo dessa premissa, vemos a importância da fotografia para a existência da moda. A fotografia é uma forma de expressão que agrega os conceitos e tendências que a moda carrega - a moda é vinculada a uma série de signos que são traduzidos imageticamente e expressos através da fotografia.

A fotografia de moda extrapola os rótulos das categorias podendo muitas vezes ser associada às artes, ao design, a publicidade e ao marketing. Graças à sua interdisciplinaridade e à sua transversalidade, instiga muitos profissionais e cria muitos mundos e sonhos para quem a contempla.

A história da fotografia de moda encaixa-se na metade do século XIX (1856), quando a vaidosa Condessa de Castiglione encomendou, aos fotógrafos Mayer e Pierson, um álbum com duzentos e oitenta e oito modelos de roupas que apreciava, para em seguida mandar buscá-los. Criava-se assim o primeiro projeto ligando moda e fotografia. Ou primeiro book ou catálogo fotográfico de moda. (CHATAIGNER, Gilda. *Apud* CARNEIRO, *Op. cit.*, p. 33)

¹ Mestre em Design, Inovação e Sustentabilidade pela Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG), especialista em Marketing pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e designer de moda.

Qual seria então a relação específica da prática fotográfica quando ela está associada à moda? O que é fotografia de moda e qual é o seu diferencial perante os outros tipos de fotografia? Para tentar responder essa questão, será necessário abordar a interdisciplinaridade da fotografia de moda entre os campos da arte, comunicação e publicidade, vislumbrando suas estratégias de representação para construir imaginários a fim de convencer seus expectadores da necessidade do consumo.

Barthes (1985, p. 132) afirma que, na foto, a imagem transforma-se numa escrita, a partir do momento em que é significativa, e que uma fotografia será, por nós, considerada fala exatamente como um artigo de jornal.

A fotografia de moda dá visibilidade às roupas a fim de desencadear o desejo de aquisição, mas também cria relações de valor que vão além da própria materialidade e estilo das peças exibidas. Em ambos os casos, tenta-se conferir um valor novo ao que é exposto, um valor positivo ao qual o consumidor irá se identificar.

Da mesma maneira que a moda não pode ser separada da estetização da pessoa, a publicidade funciona como cosmético da comunicação. Ambas se dirigem ao olhar, à promessa de beleza, à sedução da aparência desejada, ambiência idealizada antes de ser informação (LIPOVETSKY, 1991).

“Maquiagem do real” é uma expressão para definir a forma como as propagandas de moda atingem seus consumidores. A moda hoje não existiria, ou não teria o mesmo vigor, se não fosse esse bem sucedido casamento entre ela e publicidade.

A fotografia de moda fala, provoca, apaixona e cria universos. Por muitos é considerada uma farsa, mas quando bem feita, fabrica uma embriaguez no olhar, criando um fio condutor invisível até a posse.

A moda

Desde os anos de 1980, a moda adquiriu a “cultura de projeto” que envolvia as demais áreas do design. A ideia de moda, então, estabeleceu uma relação com seu “alvo” - o corpo - semelhante àquela que o design estabelece com seus objetos específicos. Os estilistas tornaram-se “designers para o corpo”, e as roupas foram então equiparadas a produtos.

A moda hoje é entendida como algo que se encontra em estreita relação com a sociedade. Uma relação não apenas assimétrica e determinista, à qual a moda se configura como um reflexo do social, mas também uma relação em que muitas vezes o que aparece como tendência de moda inspirada pelo social é capaz de reinventá-la. Um processo que segue o curso da própria constituição social, ou seja, de um constante processo de se modificar e convencionar, de criar novas significações e apropriações de contextos já conhecidos.

Seguindo esta ideia, alguns autores oferecem uma interessante abordagem sobre a moda. Segundo Baudrillard (1989), por exemplo, as roupas (assim como os objetos) possuem valor cultural não pela função que possuem. A escolha de certa combinação de acessórios e roupas constituiria um sistema capaz de transmitir uma mensagem ao observador. Seguindo também uma abordagem semiótica em Barthes (1979) é possível perceber a moda na sociedade ocidental como uma espécie de linguagem. As roupas e acessórios são elementos capazes de classificar e marcar as fronteiras sociais das pessoas nos centros urbanos.

A partir dessa definição, vemos que, além de satisfazerem necessidades, os objetos estabelecem e mantêm relações sociais:

Quando se diz que a função essencial da linguagem é a sua capacidade para a poesia, devemos supor que a função essencial do consumo é a sua capacidade de dar sentido. Esqueçamos a ideia da irracionalidade do consumidor. Esqueçamos que as mercadorias são boas para comer, vestir e abrigar;

esqueçamos sua utilidade e tentemos em seu lugar a ideia de que as mercadorias são boas para pensar: tratê-las como um meio não verbal para a faculdade humana de criar. (DOUGLAS, 2006, p. 108)

Dessa maneira, o consumo, e incluo aqui a moda, é capaz de classificar e mesmo conferir sentido às relações sociais, ao mesmo tempo em que é construído em relação íntima com algo que é propriamente social.

A moda, de acordo com Barthes (1979), se configura como sistema de signos. O vestuário seria tanto iconológico, o que diz respeito à imagem, como também verbal, o que implica na descrição em palavras da peça de roupa. O tipo de imagem que o vestuário transmite é plástica, sendo sensível aos olhos pelas formas, cores, cortes, linhas e superfícies (Barthes, 1979). Nesse sentido, o vestuário-imagem, situado no nível da forma, e o vestuário-palavra, constituem estruturas de distintas difusões de significados (Barthes, 1979, p. 4-5).

A imagem de uma coleção de moda, ao contrário das palavras, fixa um número infinito de interpretações. No entanto, ao ser descrita em revistas especializadas pelos membros do vasto mercado da moda, a imagem vem relacionada à legenda que é capaz de fixar um significado através das palavras. Além disso, as coleções vêm associadas a certas descrições que pretendem firmar o significado de cada estação do ano (Barthes, 1979).

Uma das estruturas do vestuário, a tecnológica, constitui o vestuário real. A estrutura tecnológica não passa de traços diversos de fabricação e seu fim materializado (Barthes, 1979, p. 5). A peça e sua produção constituem a “língua-mãe”, enquanto a imagem e a palavra são “línguas derivadas” (Barthes, idem).

De um modo geral, a moda se torna real aos indivíduos na medida em que é capaz de significar algo de forma finita (Barthes, 1979, p. 263). Nesse sentido, “a moda aparece [...] como um sistema de significantes, uma atividade classificadora, uma ordem bem mais semiológica que semântica” (BARTHES, 1979, p. 264). Ao que parece, esses três níveis são apropriados pelos produtores de moda para transmitir a sua mensagem aos indivíduos.

Parafraseando Baudrillard, os objetos são usados para conferir sentidos através da relação que estabelecem com as pessoas; o que é consumido não são os objetos em si, e sim a relação significativa que são capazes de instaurar (BAUDRILLARD, 1989, p. 207).

A moda, nesse grande contexto, renova duas vezes por ano as opções de indumentária a serem apropriadas. Não que a relação seja de determinação ou de imposição, mas as roupas, calçados e acessórios são consumidos e apropriados pelos indivíduos e seu consumo se relaciona com as variadas identidades que o indivíduo deseja assumir. Do mesmo modo, a sociedade em sua diversidade serve de inspiração ao processo criativo do designer de moda. Os envolvidos com a produção de moda não recusam a inspiração que a própria sociedade oferece em suas coleções. No sentido mostrado por Barthes, a moda é uma linguagem e, como signo de comunicação, é empregada pelos indivíduos para mostrar sua posição no mundo em determinado tempo (BARTHES, 1979).

Moda, imagem e consumo

Nos tempos passados, o desejo de consumir era estimulado pelas vitrines. Com o tempo veio um facilitador que deu voracidade ao sistema moda: as mídias, tais como, catálogos, revistas e jornais. E foi dentro dessa cultura que se viu a importância da fotografia de moda para a mediação moda-consumo.

As revistas de moda assumem um papel muito importante nos tempos atuais, tanto na publicidade, no consumo, quanto na criação de estilos de vida. Elas constroem sentidos, aliando prazer e significado irreais, uma consolidação da cultura de consumo. O investimento publicitário neste setor

é de milhões de dólares por ano. No Brasil, segundo dados da Associação Brasileira da Indústria Têxtil, o investimento é de US\$ 22 bilhões por ano.

Desde esse entendimento a revista da moda vem traçando o elo entre a mulher e o mundo. Neste trânsito frívolo a fotografia não somente expressa o feminino, mas também produz imagens deste feminino. De acordo com Vandresen (2004, p. 8) as revistas vão construindo conjuntos complexos de signos que se renovam mês a mês nas estantes das bancas de revistas.

Essas imagens são traduzidas em signos e vão criando identidades, que na maioria das vezes só existem no imaginário ou no desejo das leitoras.

As imagens das fotografias de moda são sempre trabalhadas na computação gráfica, intensamente ou pouco, mostrando corpos plastificados e homogeneizados. Cria-se assim uma cultura de desejo por estes corpos moldados e transformados, reforçando a supervalorização das aparências.

Neste contexto é importante analisar as estratégias usadas pelas marcas, subjacentes ao discurso mostrado pelas mídias, que visa vender a moda como produto em si mesmo.

A história da revista de moda se inicia com a tríade moda/mulher/revistas no final dos anos de 1950.

A contemporaneidade se encontra num estágio globalizado de superestimulação do consumo. Santaella (2004, p. 115) considera que materialmente a moda é resultado explícito do capitalismo - não há moda em um mundo em que as coisas duram. Para que exista a moda, há que existir a efemeridade das coisas, a ausência de uma “aura” sagrada que impossibilite a renovação.

Num mundo globalizado, as pessoas são expostas a um vertiginoso fluxo de informações, criando cidadãos que, eventualmente, se sentem mais identificados com o mundo externo do que com o próprio país. Essa impressão do mundo e de nossa inserção nele, conforme Ismar de Oliveira Soares (1996, p. 28), acarreta um sentimento contraditório de solidão e ameaça da identidade pessoal.

Inicialmente vista como um sistema-mundo de produção de bens e materiais, a globalização abocanhou também a produção de bens simbólicos. As mídias não trazem somente informações, mas também promovem estilos de vida, modos de se vestir, de pensar e de viver. A marca da civilização mundial é o estágio em que nossa cultura se encontra, como designou Ramonet, diretor da revista francesa *Le Monde Diplomatique*, a “ditadura do pensamento único”, uma doutrina viscosa que envolve a todos. (*apud* SOARES, 1996, p. 11).

Neste contexto, o crescente fortalecimento dos sistemas de comunicação controlado por alguns grupos levou a uma “universalização do marketing” (SOARES, 1996, p. 23). A moda é um fenômeno social-cultural e por sua vez universalizante, que carrega em si diferenças e particularidades locais expressas em vestuários e acessórios. Os meios de comunicação são responsáveis pela veiculação da informação de moda e globalizam culturas, promovendo a hegemonia cultural. A fotografia de moda possui uma carga simbólica que expõe uma maneira de vida, uma forma de se vivenciar o mundo, de se comportar e fazer escolhas.

Meios de comunicação de massa e a moda

Corrêa (2005) considera o editorial de moda o instrumento de venda mais poderoso:

Alta credibilidade, segmentação, consolidação de marcas, exposição de detalhes, formação de opiniões... As revistas oferecem tantas vantagens para quem trabalha com moda que é impossível lançar e manter uma grife sem utilizar essa mídia (Corrêa, 2005, p. 63).

Um editorial de moda é o ápice de um longo processo de pesquisa de tendências. Diversos profissionais da moda vasculham o mercado, a fim de detectar tendências visitando brechós, realizando pesquisas de opinião, com pessoas, empresas e assessorias de imprensa. Ao final dessa fase de pesquisa, uma equipe produz conclusões sobre o material vasculhado, definindo um conceito,

que só então será trabalhado pela editora e pelo fotógrafo.

É essa pesquisa, afirma Corrêa (2005), que fundamenta a credibilidade do editorial de moda como referência àqueles que querem conhecer a tendências de moda, bem como a autoridade que a revista possui perante seus consumidores.

Outra característica do editorial é a segmentação do público-alvo. Esta é feita não somente por critérios sociais e econômicos, mas também por parâmetros culturais e sociológicos. Um mesmo produto publicado em editoriais de moda de revistas diferentes atinge a públicos que possuem perfis diversos, provocando impactos e resultados diferenciados. A identidade da revista é transferida para a marca, que assume seus valores expressando-os para determinadas comunidades na sua linguagem de referência.

O editorial de moda é o meio ideal para os produtores de moda aumentarem seu potencial de vendas: é mais fácil vender as marcas que são bem divulgadas pelas revistas de prestígio. Para os formadores de opinião, os veículos de comunicação são referências e meios de expressão de suas ideias. As relações entre a grife e seus parceiros comerciais também são fortalecidas, abrindo oportunidades para mais e melhores negócios com ações cooperadas, como a que a Ipanema realizou com a top model Gisele Bündchen, criando um produto com a assinatura da modelo.

A revista, mais do que os outros meios, permite que essa estratégia de comunicação contínua intensifique a relação entre a marca e o consumidor. Nesse sentido, o editorial de moda passa a exercer um importante papel como mídia direcionada para o mundo da moda.

Marketing e Moda

Segundo Baker (2005, p. 4), o marketing é tanto uma orientação gerencial, uma filosofia de negócio, quanto uma função de negócio. Estudiosos deste ramo afirmam que empresas que têm uma boa performance de mercado ocupam-se boa parte de seu tempo com o marketing.

A visão ingênua vincula o marketing somente à publicidade. A publicidade compõe o trabalho de marketing, mas este vai além disso. A publicidade pode ser (e frequentemente é) realizada por outras empresas (uma agência), mas o marketing é de responsabilidade interna, por ser uma competência fundamental para uma empresa.

Para Manaresi (2008, p. 128), ocupar-se de marketing é segmentar a clientela, decidir o posicionamento competitivo, lançar produtos conforme a lógica do portfólio de negócios, planejar o ciclo de vida dos produtos, escolher os canais de distribuição de produtos e serviços, manter a confiança dos distribuidores, fornecendo-lhes serviços de apoio que aumentem a capacidade competitiva do varejista, reforçando assim a relação produtor-distribuidor, comunicar e decidir os preços em função da estratégia comercial, coordenar atividades de venda, analisar o grau de satisfação da clientela, incentivar e monitorar o nível de fidelidade dos consumidores e intermediários da marca.

Numa sociedade cada vez mais complexa, a efemeridade do ciclo da moda é muito grande. Torna-se necessário, pois, o aperfeiçoamento dos mecanismos de entendimento do consumidor de moda.

As ferramentas de marketing são as mesmas tanto para a moda quanto para outros segmentos, mas diferenciam-se pela frequência de uso. Na moda, é mais forte o uso da publicidade e da propaganda, já que o consumo de seus produtos está intimamente ligado à marca e à manutenção da força de marca. Em geral, o consumidor só vai utilizar ou procurar artigos de moda que tenham o “aval” dos veículos de comunicação.

Em relação às formas de presença no mercado, que também fazem parte da estratégia de marketing, existem vários tipos de organizações varejistas. Entre as mais comuns destacam-se o varejo com loja, sem loja e as franquias. Kotler (1998) também classifica as organizações de varejo em categorias como lojas de departamentos, supermercados, lojas de conveniência, lojas de especialidade, etc.

Imagem em análise

Na fotografia de moda as formas mais comuns de sua comunicação é através do look book e o editorial de moda. A seguir serão feitas algumas análises de fotografia de moda, sendo que o editorial foi o escolhido para a análise.

Para melhor entendimento, o look book assemelha-se a um catálogo de produtos. A fim de criar o desejo do consumo, empregam-se modelos que usam as peças em cenários reais ou em estúdio. Seria possível vender tais produtos simplesmente exibindo-os, mas as peças ganham valor quando consubstanciam-se em volumes humanos e situações de uso. A visibilidade da roupa é máxima.

O editorial de moda, por outro lado, frequentemente é bem mais subjetivo. As imagens também são feitas em estúdio ou em locações, mas não há a preocupação em exibir as peças de vestuário de maneira clara. Eles expressam identidade e conceitos. Cria cenários, poses, comportamentos, além de poderem fazer crítica a algum tema.

No editorial de moda, há vários tipos de comunicação conectados e exercitados em formas extremas: a moda-indumentária, que por si só comunica estilo, cultura, individualidade e/ou coletividade; a fotografia, com o conceito, o olhar do fotógrafo, a câmera, o tratamento; a produção, com cenários, composições, locações; o marketing que engloba nesse contexto as estratégias de vendas e publicidade; e o corpo com suas poses e expressões.

Pretende-se explicitar os elementos que compõe as mensagens aqui apresentadas, fornecendo meios de compreender como tais imagens constroem o valor das marcas a que servem, e como cada uma das imagens tenta vender o produto/marca. Antes, será necessário distinguir as duas formas de fotografia de moda aqui analisadas.

Análise de editorial: *Alice in Wonderland*

O editorial escolhido para análise foi publicado pela revista Vogue em dezembro de 2003. A fotógrafa foi Annie Leibovitz e o trabalho contou com a modelo Natalia Vondianova, além da inovadora presença dos designers autores das peças.



A tipografia cursiva estilo caligrafia artística com um trecho retirado do próprio livro foi escolhida por se enquadrar no estilo clássico e romântico no qual ilustra a atmosfera que se pretende passar. A primeira letra de um tamanho maior remete aos livros infantis de contos de fadas. O dourado utilizado nesta primeira letra também remete ao clássico e insinua algo majestoso.

As cores utilizadas para compor as imagens foram escolhidas conforme o filme, o azul da roupa da Alice e os demais detalhes em rosa, dourado e branco.



A escolha da modelo também teve como fonte o livro e os filmes os quais descreviam uma menina loura de cabelos longos e de olhos azuis. A modelo apesar de já maior idade tem características angelicais e traços suaves que a proporcionavam características infantis.

A maioria das fotografias remete a cenas descritas no livro e gravadas no filme. Não fazem leituras diretas, mas sim releituras contando a cena de formas semelhantes.



O cenário é uma casa com decoração romântica conforme descrito no livro. Mostra também pela a porta de entrada que a área externa é grande e possui um jardim que dá continuidade as fotografias que a partir de então são em locação externa.



Todo o tempo, elementos da história são empregados nas cenas re-fabricadas para este editorial. A cena acima mostra a rainha de copas (representada por um homem) quando esta se depara com Alice.

A iluminação na fotografia prevalece pela aparência de um ambiente natural, buscando a luz no dia de forma difusa. Desta forma caracteriza bem o ambiente natural.



A direção de modelo se embasou no sentimento de espanto, duvida e incerteza para a expressão da modelo. Para o corpo foi seguida a linha natural, sem poses da moda com fim de caracterizar a jovem menina que é a Alice.



Há um jogo curioso nesse trabalho. A história de Alice ocorre num mundo fantástico, de “mentira”, mas em que tudo corrobora a irrerealidade daquele universo transformando-o em algo efetivamente real (ao menos para a protagonista). No editorial, a presença dos designers, a princípio, invalida a ficcionalidade das fotos, ou até mesmo distorce fortemente o argumento original (por exemplo, no caso da rainha de copas representada por um homem travestido). Mas a moda em si mesma é uma manifestação meio irreal, porque subjetiva, dependente das relações que as pessoas envolvidas com ela criam. A presença dos designers rouba da ficcionalidade de Alice certos aspectos desejados pela marca – a “infantilidade”, a ingenuidade – e impregna o produto, a marca, com esses significados.

Conclusão

Em sua origem, a fotografia de moda era usada com o intuito simples de apresentar o produto; era, por assim dizer, fotografia quase “documental”, sem preocupação com ambientação, produção, modelos e ainda menos com um olhar específico de moda. Na evolução estética, bem como de um pensamento de moda, a fotografia passa a ocupar o posto não somente de retratar a roupa, mas antes de retratar uma atitude, um estilo ao qual a marca da roupa queira ser associada. A roupa já não é mais o centro da atenção do fotógrafo de moda; a fotografia de moda agora é uma estratégia de marketing muito usada para comunicar uma identidade da marca, seus valores e crenças. A roupa, por vezes, nem aparece.

A fotografia de moda, em suas diversas manifestações, tem sempre o mesmo objetivo, que é o de promover as vendas. Mas a existência de diferentes tipos de fotografia demonstra como, para cada situação, existe uma linguagem mais adequada para tentar vender outros ideais estéticos ao consumidor. Há a fotografia mais realista e a fotografia “fantasiosa”, que agrega valores não transmissíveis por outras vias que não a da construção de significados.

A fotografia de moda presente no editorial assemelha-se àquela que é usada para diversos tipos produtos no mundo capitalista, cujo simples valor de uso já não dá conta de servir como apelo ao consumo. As propagandas de automóveis, por exemplo, constroem universos distantes do mero ato de deslocar-se de maneira confortável e individual, numa clara tentativa de extrapolar o uso do automóvel como afirmador da identidade individual – nisso assemelhando-se aos produtos do vestuário. Num caso ainda mais extremo, cita-se a publicidade de cigarros, que consegue imprimir um valor identitário a um produto amplamente atacado pela mídia, por conta dos danos à saúde que, comprovadamente, causam.

Essa força e necessidade da publicidade deixa muito claro o quão importante é, para uma boa estratégia de marketing, a construção de valor e significado da marca e dos produtos sob sua responsabilidade. O pensar da moda, mais do que um simples estudo de tendências de vestuário, é um pensar sobre o comportamento humano que se desdobra em estratégias mercadológicas muito poderosas.

Referências

- BAUDRILLARD, Jean. *O sistema dos objetos*. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1989.
- BARTHES, Roland. *Sistema da Moda*. São Paulo: Ed. Nacional; Ed. USP, 1979.
- CALANCA, Daniela. *História Social da Moda*. São Paulo, Editora Senac, 2008.
- DOUGLAS, M. ISHERWOOD, B. *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2006.
- MAUSS, Marcel. "Ensaio sobre as variações sazonais das sociedades esquimós: estudo de morfologia social". In: *Sociologia e Antropologia*. Cosac & Naify, 2003.
- MORAIS, Dijon de. *Análise do Design Brasileiro – entre mimese a mestiçagem*. São Paulo, Editora Edgar Blucher, 2006.
- PALOMINO, Érika. "A moda". São Paulo: Publifolha, 2003.
- SAHLINS, Marshall. "La pensée bourgeoise: a sociedade ocidental enquanto cultura". In: *Cultura na Prática*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2004.
- SANTAELLA, Lúcia & NOTH, Winfried. *Comunicação e Semiótica*. São Paulo Ed. Hacker, 2004.
- SANTAELLA, Lúcia. *Semiótica Aplicada*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.
- SANTAELLA, Lúcia. *O que é Semiótica*. São Paulo: Brasiliense. (1983).
- SEMENIK, Richard; BAMOSSY, Gary J. *Princípio de marketing: uma perspectiva global*. São Paulo: Makron Books, 1995.
- SHIMP, Terence A. *Propaganda e promoção: aspectos complementares da comunicação integrada de marketing*. Porto Alegre: Bookman, 2002.
- STEFANI, Patrícia da Silva. "Moda e Comunicação: a indumentária como forma de expressão". Juiz de Fora: UFJF, FCOM, 2. sem. 2005, 90 fl. Monografia de Graduação em Comunicação Social.
- SOARES, Ismar de Oliveira. *Sociedade da informação ou da comunicação?* Vargem Grande Paulista: Cidade Nova, 1996.
- SONTAG, Susan. *Ensaio sobre a fotografia*. Rio de Janeiro: Arbor, 1983, 2. ed.
- SORCINELLI, Paolo; MALFITANO, Alberto; PRONI, Giampaolo. *Estudar a moda: corpos, vestuários, estratégias*. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2008.
- WAGNER, Roy. *The invention of culture*. Chicago; London: Univ. of Chicago, 1981.

O álbum da saudade: as fotografias como ornamento tumular

Marcelina das Graças de Almeida¹
Felipe Saldanha²

Resumo

A fotografia, desde sua inserção no mundo social, vem sendo utilizada de múltiplas maneiras. A sua existência, reflete inclusive uma modificação importante naquilo que se refere à democratização da imagem. Estúdios fotográficos, cartões postais, fotojornalismo, fotos mortuárias e o uso das fotografias como ornamento em túmulos passaram a fazer parte do comportamento social. Analisar esta questão e propor reflexões sobre este uso deste invento é o que se propõe nesta comunicação. Entender que fotografia é uma suspensão do tempo, o registro congelado de um momento e ao ser inserida como ornamento tumular serve como recurso para lembrança, memória e recordação. Portanto esta é uma leitura possível deste invento que desde meados do século XIX provoca emoções e instiga a discussão sobre seus usos e condicionantes.

Palavras-chave

Fotografia, ornamento, cemitérios.

A fotografia é uma imagem, ou melhor, a representação de uma imagem. Desde sua invenção foi alvo das mais diversas polêmicas especialmente acerca de seu caráter artístico e sua propriedade de reproduzir o real em toda sua complexidade.

De acordo com Margot Pavan (1991, p.233):

O aparecimento da fotografia no século XIX modificou a existência da arte provocando questões inusitadas [...] Sua dupla natureza mecânica, um instrumento 'preciso e infalível como uma ciência' e ao mesmo tempo inexato e falso como a arte, sugeria algo que escapava às categorias do pensamento da época: uma 'arte exata' ou uma 'ciência artística.'

Entendia-se a fotografia como a imitação perfeita da realidade. Seu poder de reproduzir o mundo de uma maneira automática e objetiva, dependente apenas das leis da Ótica e Química sem a

1 Doutora em História pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), docente da Escola de Design, da Universidade do Estado de Minas Gerais.

2 Graduando; Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais

intervenção da “mão” do artista, instigava a desconfiança e depreciação. O poeta Charles Baudelaire (1821-1867), mesmo tendo se deixado fotografar e adquirido uma foto da mãe, ressaltava a fotografia:

[...] como simples instrumento de uma memória documental do real, e a arte como pura criação imaginária [...] uma obra não pode ser ao mesmo tempo artística e documental, pois a arte é definida como aquilo que permite escapar do real. (DUBOIS, 1993, p.21 e 28).

Entretanto, havia artistas, críticos e intelectuais que visualizavam uma libertação da arte através da fotografia e não eram tão resistentes às novidades e aos usos que podiam ser dados à nova máquina e seus produtos. Walter Benjamin em um breve ensaio acerca invenção da fotografia comentou sobre o alto custo dos primeiros clichês realizados por Daguerre³, sendo inclusive guardados como se fossem jóias e ao mesmo tempo, sendo usados como suporte técnico, por alguns artistas, para realização de suas obras (BENJAMIN, 1991).

Contudo, a despeito das discussões acerca do status da fotografia como arte, esta persistiu, desenvolveu-se e adquiriu aceitação e uso considerável nas sociedades em geral. A fotografia surgiu como uma novidade, resultado do progresso científico e do espírito inventivo do ser humano. De acordo com o historiador da arte Janson (1992, p.613) “[...] é como se a revolução industrial, tendo alterado para sempre a vida do homem, tivesse agora inventado um meio de se auto-representar [...]”, tendo gerado uma curiosidade generalizada e criado um impacto na imaginação da época, revelando o mundo sob uma ótica diferente.

A fotografia serviu como inspiração e motivação a vários artistas. Os impressionistas utilizaram amplamente os conceitos de luz e sombra que haviam sido postos em discussão através da técnica fotográfica, chegando a usar estes estudos na composição de seus quadros.

Segundo Peter Galassi, a fotografia nasceu em um ambiente artístico cada vez mais voltado para o mundano, o fragmentário, o aparentemente não-composto, e atraiu o interesse de pessoas ligadas às artes. Ingrés (1780-1867), Delacroix (1798-1863), Corot (1796-1874), Courbet (1819-1877), Degas (1834-1917) e Toulouse-Lautrec (1864-1901) são exemplos de artistas que de algum modo se utilizaram da fotografia (GALASSI, 1981).

Gustave Courbet (1817-1877), considerado o fundador da escola realista, foi sob o ponto de vista do historiador da arte Giulio Argan (1992, p.78), o primeiro a perceber a especificidade da técnica fotográfica:

[...] realista por princípio, nunca acreditou que o olho humano visse mais e melhor do que a objetiva; pelo contrário, não hesitou em transpor para a pintura imagens extraídas de fotografias. Para ele, o que não podia ser substituído por um meio mecânico não era a visão, mas a manufatura do quadro, o trabalho do pintor.

Além daqueles que julgavam a fotografia como pura técnica, sem a organicidade e vida das artes plásticas, havia aqueles que entendiam que a distinção entre arte e técnica estava calcada na razão, ou seja, “[...] a fotografia, tal como a arte, implica criatividade, porque, pela própria natureza recorre à imaginação.” (JANSON, 1992, p.613) E assim não bastava o domínio da técnica, o ato fotográfico exigia sensibilidade e arte. E a propósito do duplo caráter da fotografia: o mecânico e o inventivo, mágico, provocador de sentidos e sentimentos artísticos, pondera Benjamin (1985, p.94):

Apesar de toda a perícia do fotógrafo e de tudo o que existe de planejado em seu comportamento, o observador sente a necessidade irresistível de procurar nessa imagem a pequena centelha do acaso, do aqui e agora, com a qual a realidade chamoscou a imagem, de procurar o lugar imperceptível em que o futuro se aninha

3 Louis-Jacques-Mandé Daguerre (1787-1851), pintor, cenógrafo, físico e inventor francês, autor da primeira patente para um processo fotográfico.

ainda hoje em minutos únicos, há muito extintos, e com tanta eloquência que podemos descobri-lo olhando para trás. A natureza que fala à câmara não é a mesma que fala ao olhar: é outra, especialmente porque substitui a um espaço trabalhado conscientemente pelo homem, um espaço que ele percorre inconscientemente [...] a fotografia revela este inconsciente ótico, como só a psicanálise revela o inconsciente pulsional. [...]

No Brasil houve repercussões em torno da fotografia, mais do que isso, ocorreu um desenvolvimento paralelo dessa atividade em relação ao que se passava na Europa. Segundo Boris Kossoy, o francês Antoine Hercule Florence (1804-1897) vinha, desde o início do século, realizando pesquisas no interior de São Paulo que culminaram na invenção independente da fotografia no Brasil nos idos de 1833 (KOSSOY, 1983).

Em Belo Horizonte, a fotografia chegou através da Comissão Construtora da Nova Capital. Havia o Gabinete Fotográfico que esteve incumbido de fotografar e documentar as obras de construção e o local sobre a qual se ergueu a metrópole. Desde o início dos trabalhos construtivos até meados da década de 40, do século passado, uma gama de fotógrafos circulou por Belo Horizonte. Relembremos alguns deles: Francisco Soucasaux (1856-1904), português radicado no Brasil, membro da Comissão Construtora, realizou vários projetos fotográficos, muitos deles premiados, cujo tema era a capital mineira. Era também interessado pelas artes cênicas e pelo cinema.

Igino Bonfioli (1886-1965) possuía um ateliê fotográfico denominado “Photographia Art Nouveau” onde executava trabalhos sob encomenda e realizava experimentos ligados à fotografia, bem como ao cinema. Em um periódico que circulava na capital no início do século XX, os serviços prestados por Bonfioli eram publicitados:

Quereis um quadro bem feito?
Molduras finas e baratíssimas?
Ide a Rua E. Santo, 318
Tupographia “Art Nouveau” de
Igino Bonfioli
Espelhos, artigos religiosos
Vidros, modellos para pintura,
Estampas sacras e profanas
Na Typographia “Art Nouveau”
Rua E. Santo, 318⁴

Outro nome importante das artes fotográficas no início do século passado foi Olindo Belém (18? -19?), profissional de múltiplas habilidades: fotógrafo, arquiteto, desenhista e pintor. Deixou sua terra natal, Taubaté, São Paulo e fixou-se em Minas Gerais. Bom profissional reuniu grande clientela, executando retratos de personalidades políticas e da sociedade em geral. Em 1917 participou da 1ª Exposição Geral de Belas Artes na capital mineira, tendo sido promovida por Aníbal Mattos (1889-1969).⁵

Em Portugal a fotografia chegou pelas mãos dos estrangeiros provenientes de países distintos da Europa, quais sejam França, Itália, Alemanha, Inglaterra, dentre outros. De acordo com Antonio Sena a divulgação do novo processo de produção e reprodução de imagens causou sensação, tornando, a partir da terceira década do século XIX, um desafio invulgar (SENA,1998).

4 *Animus*. Belo Horizonte, n. 3, Ano I, p. 4, 22 de set. de 1912. Em 1914 a loja “Art Nouveau” era anunciada como tipografia, papelaria, fotografia e habilitada a confeccionar quadros e trabalhos fotográficos por Igino Bonfioli. *Imprensa de Minas*. Belo Horizonte, n. 30, Anno I, p. 6, 2 de dez. de 1914.

5 Aníbal Mattos era pintor, escritor, historiador, teatrólogo, professor e produtor de arte. Estudou no Liceu de Artes e Ofícios e na Escola Nacional de Belas Artes no Rio de Janeiro. Transferiu-se para Belo Horizonte em 1917 onde fundou a Sociedade Mineira de Belas Artes (1918) e organizou exposições gerais de Belas Artes.

Em 1852, Paul-Henri Corentin Féval (1816-1887), engenheiro, fotógrafo, retratista de origem francesa, redigiu a primeira publicação portuguesa acerca da nova técnica. Instalou-se, inicialmente, no Porto e posteriormente seguiu para a capital. Em sua obra considerava a fotografia a mais útil e fecunda invenção da humanidade, sendo a concretização da ciência sobre a arte humana e acreditava que o fotógrafo tinha em mãos o poder de, através de sua máquina, “capturar” o pensamento, a expressão, a mais fugidia característica do ser ou objeto fotografado.

Poucos se mostraram desinteressados à nova técnica, sendo vozes concordantes ou destoantes não houve meios de demonstrar insensibilidade e escapular à repercussão do invento. Proliferaram os estúdios retratistas profissionais por todo o país, a partir da década de 60, sendo que nos primórdios da divulgação da daguerreotipia era comum a publicidade dos fotógrafos, pelas cidades e aldeias, anunciando a “breve” estadia, como forma de comunicar aos clientes eventuais (SIZA e SEREN, 2001, p.5).

Na cidade do Porto atuaram personalidades singulares que detiveram o pioneirismo da técnica fotográfica, não somente para a cidade, bem como em Portugal. Cabe destacar o escocês Frederick William Flower (1815-1889) que adotando o Porto como residência passou a fotografá-lo usando a técnica do colótipo de colódio úmido. Ao que se sabe, as fotos realizadas por ele são os mais antigos registros fotográficos que se conhece da cidade invicta. Era amigo de Joseph James Forrester (1809-1861), inglês famoso por sua ligação com o vinho do Porto sendo, entretanto homem de múltiplos talentos. Estudioso interessado cultivava as artes da pintura, desenho e gravura, além do mais pertencia à *Photographic Society* e utilizava a fotografia como apoio para o registro em suas investigações. Em 1856 usava o mesmo processo do colódio úmido utilizado por Flower (SIZA e SEREN, 2001).

Além de Flowers e James Forrester houve outros entusiastas que promoveram a fotografia na cidade do Porto, possibilitando a divulgação, reprodução e democratização da imagem. São eles: Domingos Pinto de Faria (1827-1871), João Baptista Ribeiro (1790-1868), Carl Emil Biel (Emílio Biel) (1838-1915), sendo este o proprietário de um dos primeiros ateliers fotográficos do Porto, a “Casa Fritz”, posteriormente chamada “Emilio Biel e Cia”.

Outro nome de destaque no universo fotográfico lusitano foi José Augusto Cunha Moraes (1855-1933), fotografou aspectos etnográficos, paisagísticos e a implantação dos colonos portugueses na África. Tornou-se um colaborador de Emílio Biel.

Aurélio da Paz dos Reis (1862-1931) é também uma personalidade de realce para a fotografia no Porto. Era um fotógrafo do cotidiano, das ruas, dos instantâneos da vida em sua simplicidade e multiplicidade. Realizou registros de suas viagens ao Brasil e França. Um fotógrafo de estúdio foi Henrique António Guedes de Oliveira (1855-1932). Sobre ele é afirmado:

Guedes de Oliveira é, fundamentalmente, um fotógrafo de estúdio: os adereços num espaço restrito, a simulação das virtudes e das capacidades – a sala de estudo, com o seu livro, a recriação dos jardins, das balastradas, do espaço de repouso com suas cadeiras e mesas de cortiça, o terreiro da quinta onde uma proprietária exhibe o seu poder, o pequeno lago artificial onde uma criança simula um devaneio impróprio para a idade. E ainda os retoques na silhueta feminina, que se quer mais fina, ou a pedra, que permite acrescentar estatura a um homem baixo (SIZA e SEREN, 2001, p.202).

Explorava as possibilidades de fingimento, de simulacro da realidade que se projetava através dos cenários construídos e que a fotografia tornava real através da captação da imagem, do registro como se aquele fingimento fosse real.

Outro nome de destaque nas artes fotográficas é de Domingos do Espírito Santo Alvão (1869-1946), figura respeitada na sociedade portuense. Iniciou sua carreira na Casa Biel e em 1903 abriu sua casa fotográfica, a Fotografia Alvão. Registrava as paisagens e costumes portugueses, mas fotografou o mundo urbano, em especial do Porto, do universo fabril, dos hospitais e bairros. Alvão

atuou até fins da década de 40 do século passado, ocasião de sua morte.

A despeito de tudo que foi relatado o que nos parece apropriado compreender é o fato da fotografia ter proporcionado a vulgarização da difusão da imagem estimulando a possibilidade de novos usos e aplicações para o invento. Além dos estúdios fotográficos, dos cartões-postais, do foto-jornalismo, surgem as fotografias mortuárias, ou seja, o uso da fotografia como registro mortuário. Já no final do século XIX, dentre os vários ritos para celebração da memória do morto, a confecção de seu retrato foi um recurso para cultuar a lembrança do falecido. Estes registros ficaram conhecidos como “Le dernier portrait” (FABRIS, 1991, p.11-87).

De acordo com a historiadora Maria Eliza Borges (2003, p.63):

No início de 2002, o Museu D’Orsay de Paris apresentou uma exposição intitulada le dernier portrait. Em meio a esculturas e pinturas de diferentes períodos da modernidade, destacavam-se as fotografias que, entre 1854-60, também registravam o ‘último retrato’ de crianças, jovens e adultos. Esse costume de fotografar a morte recém-chegada, tão corriqueiro na França oitocentista, era partilhado por muitas outras sociedades do mundo moderno. Ao retratar um ente querido que acaba de morrer, a imagem fotográfica faz reviver, em linguagem e estética seculares, algo que se assemelha ao estatuto primitivo das imagens: a magia. Nesses casos, a fotografia funciona como um substituto da posse de uma coisa ou pessoa querida, posse que lhe confere algumas das características dos objetos únicos. Sempre que vista, a imagem estimulará lembranças e, quem sabe, aplacará a dor da perda.

A fotografia foi utilizada como meio para perpetuação de lembranças e congelamento de momento pós-morte, ao invés do aspecto macabro e mórbido, o que estas imagens traduziam era o desejo da perenidade, da fixação, da incorruptibilidade do corpo. A realização deste tipo de fotografia era feita por vários profissionais como Gaspard-Felix Tournachon, conhecido como Nadar (1820-1910), André Adolphe Eugène Desdéri (1819-1889), dentre outros, ainda que isto lhes causasse estranheza. Disdéri comentava acerca deste gênero fotográfico:

Por nosso lado fizemos uma multidão de retratos após o falecimento, mas confessamos com franqueza; com uma certa repugnância [...] Toda vez que fomos chamados para fazer um retrato após falecimento, vestimos o morto com as roupas que ele usava habitualmente. Recomendamos que lhe deixassem os olhos abertos, sentamo-lo junto a uma mesa e, para operar, aguardamos sete ou oito horas. Dessa maneira, conseguimos captar o momento em que, tendo as contracções da agonia desaparecido, era-nos possível reproduzir uma aparência de vida (DUBOIS, 1993,p.231).

O contato com o cadáver, a certeza de se lidar com um corpo morto, causava repugnância. Entretanto a montagem cênica, a preparação, aguardando inclusive, um espaço-tempo para a dissipação das evidências da morte permitiam, através do recurso fotográfico, encenar um simulacro de vida.

A fotografia dos defuntos foi uma prática nascida com o invento da técnica fotográfica. Começou em Paris e se disseminou por outros países. Consistia na arrumação de um recém-defunto com suas roupas e apetrechos, sendo registradas imagens de situações encenadas da vida rotineira: em casa, sentado à mesa ou entre amigos. Podia também ser fotografado no ataúde, como é o caso de um dos registros mais antigos existentes, no qual o modelo é uma criança falecida. Trata-se de um daguerrotipo realizado, em 1854, por um fotógrafo que possuía estúdio em Madrid (FONTANELLA,1981).



Figura 1 - Daguerreotipo, Criança morta, 1854.

Fonte: Disponível em: < www.margeneiro.com/lumiere/tanatos/articulo.htm. > Acesso em 10 out. 2006.

A realização deste tipo de prática fotográfica é muitas vezes explicada em razão do elevado tempo de exposição a que se submetia o modelo, nos primórdios do invento, ao a despeito deste caráter, a fotografia em sua essência esteve sempre ligada à morte. Benjamin comenta acerca das fotografias realizadas por David Octavius Hill (1802-1870), retratista famoso, que levava seus modelos para o Cemitério e Grey Friars em Edimburgo, onde em meio a sepulturas e epitáfios criava suas imagens:

A fraca sensibilidade luminosa das primeiras chapas exigia uma longa exposição dão ar livre. Isso por sua vez obrigava o fotógrafo a colocar o modelo em lugar tão retirado quanto possível, onde nada pudesse perturbar a concentração necessária ao trabalho (BENJAMIN, 1985, p.96).

A fotografia é uma suspensão do tempo, o registro de um momento congelado naquele instantâneo. Roland Barthes(1984) afirmou que fotografar um ser humano equivale a coisificá-lo. É certo. O retrato do defunto equivale à tradução de uma possibilidade de vida, de tornar real, o irreal, da permanência diante daquilo que é falível, ou seja, o registro da imagem do morto equivale à presença, à eternidade. A transformação em eterno ao congelamento para a posteridade. O uso das fotos em porcelana como decoração dos túmulos, muito embora, em sua maioria não seja o registro do morto após sua morte, muitas das vezes uma imagem feita em vida, em algum momento feliz ou significativo, segue a trilha dos retratos mortuários⁶.

O retrato como um gênero artístico de representação do outro ou de si mesmo, reflete a consciência da finitude, portanto do sentimento, desejo de imortalidade e da preservação da memória traduzindo um dos grandes dilemas da civilização que é a luta contra a morte, o duelo entre lembrança e esquecimento. Os retratos pintados, fruto do trabalho de centenas de artistas ao longo da História,

6 O processo de fixação da imagem fotográfica na porcelana e assim explicada por Maria Elizia Borges: "[...] de posse da fotografia selecionada pela família do morto, o fotógrafo faz um negativo especial da foto, aplica-o na porcelana e efetua retoques com tintas e pincéis especiais, sobrepõe uma película protetora em toda a peça e, por ultimo, leva a porcelana ao forno para a fundição da foto na peça." BORGES, Maria Elizia. Arte Funerária: representação da criança despida. Revista de História. São Paulo, nº. 14, p.173-185, 1995.

manifestam o imaginário de perenização e evocação da memória do retratado. Era um luxo acessível a poucos e a fotografia vulgariza este sonho de imortalidade. Inclusive a edição de 1885 da revista “A Arte Photographica” comentando acerca da versatilidade e diversas aplicações da fotografia concluía:

Mas de todas as applicações de que a photographia é susceptível em proveito da espécie humana, não há outra que possa ser comparada à applicação da photographia ao retrato: de resto foi n'isso que os inventores da photographia pensaram a principio e póde dizer-se que a nossa arte se applica maravilhosamente ao retrato⁷.

Neste sentido à fotografia, ao foto-retrato e, em especial, ao retrato mortuário e às fotografias gravadas em porcelana será atribuído o poder de evocação, realismo, precisão e fidelidade revestindo-o de uma aura que ultrapassa a função ornamental. Trata-se da cristalização do desejo de evocar, personificar a memória daquele que não se encontra mais no mundo físico. Ela permite àquele que circula pelo cemitério conviver com a presença eterna daqueles que estão representados em seus túmulos e observam o tempo presente, através do olhar congelado pelo instantâneo. Estão representados sob as mais variadas expressões: sisudez, placidez, seriedade, inocência, sensualidade, alegria, jovialidade, altivez, beleza, sobriedade, respeito, autoridade, dentre outras.

É um recurso eficiente para se acionar a recordação. A consciência de que naquele lugar há um ser humano que habitou este mundo e cuja memória deverá sempre ser reatualizada e cultuada através daquela imagem.

Memórias e lembranças que, em sua maioria, nada mais são que os reflexos dos desejos e das expectativas daqueles que permaneceram, pois são estes quem geralmente decidem como será construído e ornamentado o túmulo e, portanto qual imagem será fixada. A fotografia serve como um substituto de uma presença que não há mais, ou recorrendo a expressão cunhada por Otto Gerhard Oexle (1996,p.27-28), trata-se da idealização de uma memória e a “[...] a memória dos mortos significa sua presença.”

De acordo com a pesquisadora Kate Fabiani Rigo (2004) a fotografia é um importante instrumento para registro e preservação da memória coletiva e individual. Sua inserção como ornamento funerário incita à recordação do morto e ao reforço do cosmos dos vivos, especialmente naquilo que se refere aos familiares, estimulando a visita aos cemitérios, promovendo, portanto, o culto aos túmulos, a celebração da memória.

Ao elaborar um balanço sobre o acervo fotográfico contido nas lápides dos cemitérios do Rio Grande do Sul, Rigo, sugere uma classificação tomando como referência os tópicos: gênero, etnicidade, ofício, faixa etária e a partir deles define-as como fotografias de cunho social, étnico, ofício, de época, etárias, infantis e de casais. Esta distribuição possibilita a compreensão acerca da moda, posição social e étnica, o ofício ocupado, a temporalidade dentre outros eventos sociais experimentados por aqueles que repousam sob as lápides, sendo importante entender que:

[...] a fotografia no cemitério não pode ser vista apenas como um mero instrumento de lembrança para os familiares dos mortos, mas também como importante fonte de pesquisa que pode identificar hábitos de uma sociedade, de uma cultura e principalmente de um período (RIGO, 2004).

Apostamos no valor incontornável da fotografia como depoimento e registro de uma época e entendemos que muitas leituras podem ser elaboradas. Entretanto consideramos também as ponderações levantadas por Boris Kossoy (1993):

Desde seu surgimento até os nossos dias, a fotografia tem sido aceita e utilizada como

7 Do Efeito Artístico Em Photographia. A Arte Photographica Revista Mensal dos Progressos da Photographia e Artes Correlativas. Porto: Photographia Moderna Editora, nº. 18, Vol. II. p. 178-185, junho de 1885.p. 180.

prova definitiva, 'testemunho da verdade' do fato ou dos fatos. Graças à sua natureza físico-química e hoje eletrônica – de registrar aspectos (selecionados) do real, tal como estes de fato se parecem, a fotografia ganhou elevado status de credibilidade. Se, por um lado, ela tem valor incontestável ao proporcionar continuamente a todos, em todo mundo fragmentos visuais que informam as múltiplas atividades do homem e de sua ação sobre os outros homens e a Natureza, por outro, ela sempre se prestou e se prestará aos mais diferentes e interesseiros usos dirigidos. (p.13)

Alerta, portanto, para o cuidado que se deve ter ao usar este tipo de material iconográfico como fonte para explicação e compreensão da vida, afinal estas imagens não se esgotam em si mesmas, são o: "[...] fragmento selecionado das aparências das coisas, das pessoas, dos fatos, tal como foram esteticamente congelados num dado momento de sua existência/ocorrência." (KOSSOY, 1993, p. 14).

As imagens fotográficas podem conter ciladas e ambigüidades e, quando utilizadas, devem ser exaustivamente inquiridas, antes de atribuir a elas o poder de tradução da verdade. Entendemos que há interpretações possíveis por trás de cada imagem fotográfica e, em específico, o seu uso como componente ornamental nos túmulos. Não são um mero adereço e mais, revelam traços identitários, étnicos, sociais, dentre outros, a questão fundamental é sua função como construção da imagem de memória construída e que se pretende perpétua.

Assim como a construção de um túmulo, a escolha dos adereços a serem utilizados: anjos, cruzes, bustos, dentre outros, a definição da imagem fotográfica a ser nele incrustada passa pela idealização projetada nas lembranças. É uma decisão arbitrária e premeditada: a criança sorridente que fita o passante, não lembra em nada aquela que sofreu e definhou devido a uma doença ingrata ou a um acidente súbito que pode ter lhe desfigurado; a senhora elegante madura e sóbria. É esta a imagem que se preserva, não apenas para quem passa, mas para os entes queridos que visitam o túmulo, levam flores e podem se consolar diante daquele momento, daquele segundo mínimo da existência que a lente do fotógrafo congelou para a posteridade e que o tempo não consumiu.

Analisando o cenário dos cemitérios do Bonfim, Prado do Repouso e Agramonte no período compreendido entre meados do século XIX e a quarta década do século XX, percebemos a utilização das fotografias em porcelana como um ornamento usado com bastante frequência. Observamos que este fato decorre de alguns aspectos: tratava-se de um recurso mais barato se comparado aos custos que acarretavam a contratação de um marmorista, um artesão ou até mesmo de um artista para realização de um trabalho de decoração tumular. Outro ponto favorável ao uso da fotografia relaciona-se ao seu poder de proporcionar o sentimento identitário, pois mesmo sendo um recurso de baixo custo, é possível verificar o uso do elemento de ornamentação em túmulos pertencentes às famílias importantes nas cidades.

Em Belo Horizonte, não foi possível constatar com plena certeza, quais foram os profissionais atuantes na cidade, em fins do século XIX e início do XX, foram os autores dos trabalhos fotográficos que ornamentam os túmulos do Bonfim, mas podemos supor que foram responsáveis pela difusão da técnica e da ampliação de seu uso na capital.

Em relação ao Porto, observa o pesquisador Francisco Queiróz (2002):

[...] a utilização de fotografia sobre esmalte nos jazigos começou a utilizar-se [...] na segunda metade da década de 1880. Julgamos que esse gosto despertou mais cedo no Porto do que em Lisboa. Um dos principais responsáveis por tal facto foi Albino Pinto Rodrigues Barbosa, fotógrafo, retratista e pintor, bem como professor de desenho, morador em [...] Vila Nova de Gaia. São deste artista os melhores exemplos de retratos fotográficos existentes nos cemitérios do Porto⁸ (p.601).

8 Pesquisamos intensamente dados relevantes acerca deste fotógrafo, mas além do que é mencionado pelo Prof. Francisco Queiróz, não conseguimos avançar. Não é mencionado nos manuais de história da fotografia portuguesa e nem em relação ao Porto de modo singular.

As fotografias em porcelana encontradas no cemitério não estão assinadas, não há como identificar seus autores, mas podemos compreender o significado nelas impregnado e as mensagens que sugestionam⁹. Fios de memória, janelas de lembranças, as fotografias tornam-se inalteradas em sua maioria, graças ao esmalte que as protege ou se sobrevivem à ação implacável dos vândalos e funcionam como um álbum. O passeio por entre as quadras, a fruição proporcionada pela imagem fotográfica, possibilita ao observador folhear as páginas de um álbum de fotografias, recordando aqueles que se foram e mais, rememorando suas características singulares, os ofícios ocupados, a beleza, dignidade, pureza, enfim, traços que foram capturados e mantidos através da imagem fixada.

Sem dúvida a fotografia é essencialmente plural, quer pelo seu valor artístico, quer pelo seu valor testemunhal. A imagem se torna plena se for desfrutada, lida, interpretada e recriada. Depende de quem observa e lê. Uma alteração do contexto em que se insere, modifica a interpretação, a leitura. Neste sentido as imagens fotográficas que tumulares funcionam como janelas da memória, como elementos que associam lembranças e valores que se pretendem eternizar e correlacionar: a infância e a inocência; a juventude e a alegria; a beleza e a imagem feminina; o respeito, austeridade e a maturidade.

A fotografia investida de candura e simplicidade como artefato, traduz os sentimentos concretos: as lembranças, a saudade, bem como o desejo do não-esquecimento. Por outro lado a fotografia humaniza os túmulos, na medida em que “[...] é concebida como uma espécie de prova, ao mesmo tempo necessária e suficiente, que atesta indubitavelmente a existência do que dá a ver.” (DUBOIS,1999,p.19).

E se consideramos as imagens fotográficas como textos que podem ser lidos e interpretados, como traduzir os textos epigráficos? As inscrições funerárias que nos cemitérios oitocentistas se realizam sobre as campas, convidam à recordação de uma vida, com suas características e gestos. São elementos de ornamentação, mas assim como as fotografias não possuem só este caráter.

10 Há nos cemitérios do Porto algumas fotografias assinadas, mas não se trata de regra geral.

Referências

- ARGAN, Giulio Carlo. *Arte Moderna: Do Iluminismo aos Movimentos Contemporâneos*. São Paulo: Cia das Letras, 1992.
- BENJAMIN, Walter. Pequena história da fotografia, In: *Magia e Técnica Arte e Política Ensaio sobre literatura e história da cultura. Obras Escolhidas*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1985.p.91-107.
- BORGES, Maria Elizia. Arte Funerária: representação da criança despida. *Revista de História*. São Paulo, nº. 14, p.173-185, 1995.
- BORGES, Maria Eliza Linhares. *História e Fotografia*. Belo Horizonte: Autêntica, 2003.
- DUBOIS, Philippe. *O Ato Fotográfico e outros ensaios*. Campinas, São Paulo: Papirus, 1993.
- DUBOIS, Philippe. *O Acto Fotográfico*. Lisboa: Veja Gabinete de Edições, 1999.
- FABRIS, Annateresa (org.) *Fotografia: usos e funções no século XIX*. São Paulo: EDUSP, 1991.
- FONTANELLA, Lee. *La historia de la fotografia em Espana desde sus orígenes hasta 1900*. Madrid: El Viso, D.L, 1981. Apud: LUMIÈRE, Carmem. Tanatos In.: <www.margeneiro.com/lumiere/tanatos/articulo.htm> Acesso em 31 de outubro de 2006.
- JANSON, H. W. *História da Arte*. 5ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- KOSSOY, Boris. Fotografia. In: ZANINI, Walter. (org.) *História Geral da Arte no Brasil*. São Paulo: Instituto Walther Moreira Salles, 1983.
- KOSSOY, Boris. Estética, Memória e Ideologia Fotográficas Decifrando a realidade interior das imagens do passado. In: *Acervo*. Rio de Janeiro, V.6, nº. 1-2, p.13-24, Jan/Dez 1993.p.13.
- JOLY, Martine. *A imagem e a sua interpretação*. Lisboa: Edições 70,2002.
- OEXLE, Otto Gerhard. A Presença dos Mortos. In: BRAET, Herman & VERBEKE, Werner (org). *A Morte na Idade Média*. São Paulo: Edusp, 1996. p.27-78.
- PAVAN, Margot. Fotomontagem e Pintura Pré-Rafaelista In. FABRIS, Annateresa (org) *Fotografia: usos e funções no século XIX*. São Paulo: EDUSP, 1991.
- QUEIRÓZ, José Francisco Ferreira. *Os Cemitérios do Porto e a Arte Funerária Oitocentista em Portugal Consolidação da Vivência Romântica na Perpetuação da Memória*. 2002. 03 Volumes. Tese (Doutorado em História da Arte) - Faculdade de Letras da Universidade do Porto.
- RIGO, Kate Fabiani. Imagen da Morte. *I Encontro Sobre Cemitérios Brasileiros*. São Paulo, USP. Nov. 2004, CD-ROM.

SENA, António. *História da Imagem Fotográfica em Portugal 1839-1997*. Porto: Porto Editora, 1998.

SIZA, Maria Tereza (Coord.) e SERÉN, Maria do Carmo (Texto). *O Porto e os seus Fotógrafos*. Porto: Porto Editora, 2001.

Frankenstein

O ser contemporâneo

Michelle de Alvarenga Pinto Cotrim¹

Resumo

O monstro no decorrer do tempo teve seu significado alterado inúmeras vezes, sendo considerado às vezes o mal, por outras uma fronteira a qual não se deve cruzar. Porém no romance gótico *Frankenstein: or the Modern Prometheus* aparece nem humano, nem monstro, um híbrido fruto da ciência e da sagacidade humana. É baseado nessa personagem, diversas vezes apresentada no cinema que surge a figura do ser contemporâneo.

Palavras-chave

Inserir aqui as palavras-chave. Monstro; cultura; contemporaneidade; cinema.

Introdução: era uma vez um monstro

Pode-se dizer que o embrião deste artigo surgiu quando terminava minha monografia de pós-graduação. Naquela ocasião me propus a realizar uma análise semiótica psicanalítica do filme de animação *A Bela e a Fera* (1991) da Walt Disney e sua correlação com o período sócio-cultural no qual foi lançado.

Ao término da análise foi levado em consideração o filme *Shrek* (DREAMWORKS, 2001) e suas semelhanças e diferenças com o filme analisado. Nesta obra, a bela princesa é vítima de um encanto que a transforma em ogro² durante a noite. Ao encontrar seu verdadeiro amor, o feitiço seria quebrado e ela então assumiria a forma física a qual foi destinada. A princesa apaixonou-se por um ogro, Shrek, e após beijá-lo assume permanentemente a forma de ogro. A bela se converte em fera, agora, seu lado mais primitivo é o responsável por suas ações. Será que qualquer semelhança com a contemporaneidade é mera coincidência? Será que ao invés de príncipes e princesas, vivemos em um tempo de seres monstruosos?

Foi buscando respostas para estas questões que mergulhei no universo dos monstros e suas monstruosidades. Faz muito tempo que estes seres povoavam o imaginário de crianças e adultos, sendo apresentados por meio da expressão oral e literária em contos de fadas, lendas, mitos e cantigas. Com o advento do cinema, televisão e novas mídias, os monstros proliferaram e aos poucos deixaram de ser percebidos como a representação do mal ou do indizível e passaram a ser entendidos como criaturas: diferentes, incomuns, divertidas, amigas. É justamente esta mudança de

1 Designer de Produto especialista em Design e Cultura.

2 Ogro é um gigante de contos de fadas que se alimentava de carne humana. No filme *Shrek*, se apresenta com um humor irônico, controverso, não se alimentando de carne humana e com hábitos repugnantes.

percepção que instiga o desenvolvimento do presente estudo.

Frankenwennie: o retorno do ‘mesmo’

Ao longo da história, o ser monstruoso teve seu significado alterado inúmeras vezes, representando hora um prodígio, hora um desvio da ordem natural, uma transgressão, deformidade e segundo Scott (2007) “[...] talvez seja uma das criações mais significativas para refletir e criticar a existência humana”.

Na literatura gótica do século XIX, mais precisamente no romance de terror de Mary Shelley intitulado *Frankenstein: or the Modern Prometheus*³ percebemos a insurreição de um novo ser monstruoso fruto híbrido das mãos humanas e da ciência. Na obra original o monstro é sempre referido como criatura (monstro) ou demônio, pois não possui um nome próprio. É após a adaptação para o cinema (1931) que passa a ser chamado de *Frankenstein* (figura 1), sobrenome de seu criador na obra, uma associação do público que percebe a criatura não apenas como criatura, mas possivelmente como um filho de seu criador.



Figura 1: Frankenstein 1933.

Fonte: <http://relatopessoalfrankenstein1a.blogspot.com.br/>

No ano de 2012, o cinema contemporâneo trouxe para as telas, através das habilidosas mãos do diretor Tim Burton, uma nova versão do clássico voltada para o público infantil, o filme de animação *Frankenweenie* (2012) (Figura 3). A trama é uma adaptação de um curta-metragem *live-action* (figura 2), do diretor, de 1984, sendo naquele período um dos fatores⁴ responsáveis pela demissão do mesmo da Disney, sob a alegação de ser muito sombrio para crianças. Porém o filme retornou como um longa-metragem em *stop-motion* da própria Disney, em uma apoteose gótica com tom macabro.

3 A primeira edição da obra foi lançada em 1818, com sucesso entre o público. No ano de 1831 a obra tem sua primeira edição popular em volume único.

4 Tim Burton comenta em entrevista ao episódio responsável por sua demissão da Disney em 1984. Disponível em : http://articles.chicagotribune.com/2012-10-03/entertainment/sns-rt-us-timburtonbre8_920mx-20121003_1frankenweenie-frankenstein-story-dead-dog. Acesso: 07mar 2013.



Figura 2: Mãe de Victor costura Sparky.

Fonte: <http://filmesegames.com.br/2012/critica-frankenweenie-1984/>



Figura 3: Pôster da animação

Fonte: <http://majorspoilers.com/2012/06/01/poster-frankenweenie-poster-arrives>

A película descreve o relacionamento entre *Victor Frankenstein*, um garoto pouco extrovertido, e seu cachorro *Sparky*, que morre vítima de um atropelamento. Inconsolável com a perda do amigo, *Victor*, durante uma aula de ciência deduz a partir de um experimento científico, uma maneira de trazer seu cachorro de volta à vida. Com a ajuda da eletricidade, *Sparky* ressurgue um cão nem vivo (pois não possui batimentos cardíacos), nem morto, um híbrido 'estranho' de aspecto monstruoso, devido entre outros fatores às suturas aparentes, aos parafusos utilizados como condutores de

energia e aos remendos de tecido substituindo o que antes era pele.

O filme em questão nos leva a questionar o quê, na sociedade atual se modificou tornando possível a associação entre o universo das histórias de terror e o universo infantil, que em um primeiro momento (1984) não parecia adequada? Greenberg (2001), em seu artigo, *Heimlich Maneuvers: On a Certain Tendency of Horror and Speculative Cinema*, aponta numa alusão ao texto clássico de Freud, “Das Unheimlich”, que esta mudança pode ser entendida como uma tentativa da sociedade de reabilitar metaforicamente o que para nós é *unheimlich* (monstruoso/desconhecido/estranho) através da transformação do monstro em *heimlich* (comum/familiar).

Em seu artigo, Greenberg evoca os conceitos freudianos de *heimlich* e o *unheimlich*. Conforme Freud, “A palavra alemã ‘*unheimlich*’ é obviamente o oposto de ‘*heimlich*’ [‘doméstica’], ‘*heimisch*’ [‘nativo’] - o oposto do que é familiar; e somos tentados a concluir que aquilo que é ‘estranho’ é assustador precisamente porque não é conhecido e familiar.” (FREUD, 1919, p.277). Porém Freud argumenta que na verdade “o estranho [*unheimlich*] seja algo que é secretamente familiar [*heimlich-heimisch*], que foi submetido à repressão e depois voltou, e que tudo aquilo que é estranho satisfaz essa condição.” (FREUD, 1919, p.293). Sendo assim, podemos entender que o monstro não é algo estrangeiro e por nós desconhecido, mas algo que devido à repressão tornou-se estranho. Dessa forma, ao reabilitarmos o monstro, estamos percorrendo o caminho do *heimlich* às avessas, um retorno a um estado prévio, no qual o ser monstruoso nos era familiar.

Sendo assim podemos entender que *Sparky* reforça este conceito ao voltar dos mortos com comportamentos próprios de um cão e semelhantes ao que tinha antes de morrer (figura 4).

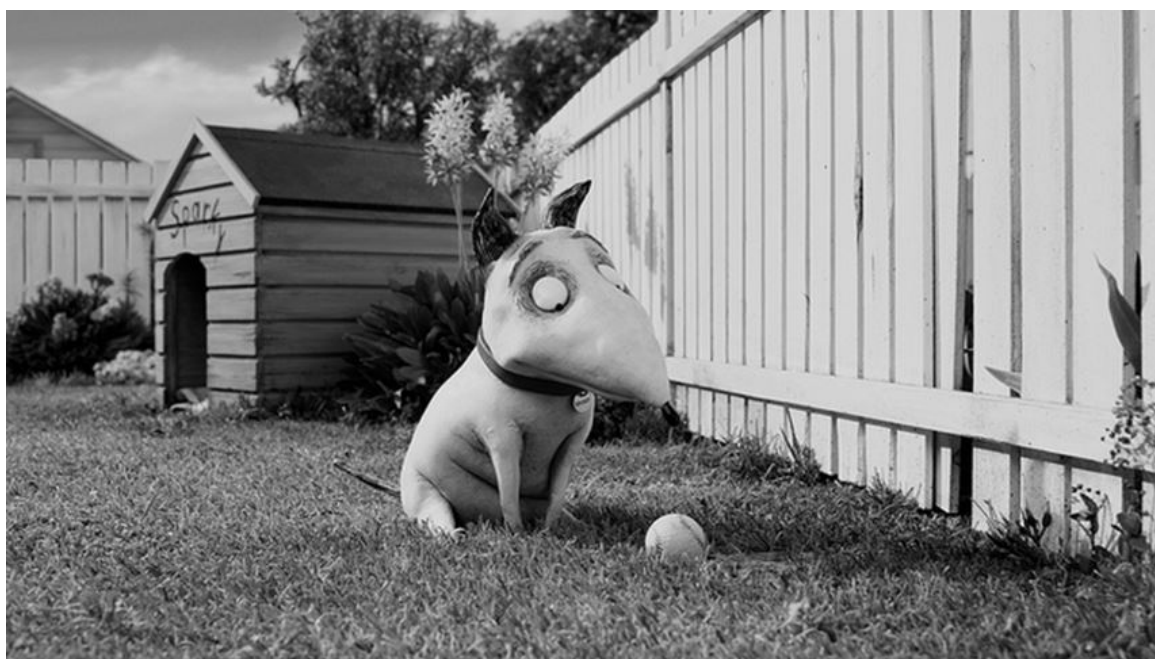


Figura 4: *Sparky* no jardim.

Fonte: <http://www.flickr.com/photos/italiafilm/7836804204>

Porém *Sparky* (figura 5) percebe rapidamente que os comportamentos de antes não se adequam mais a este novo corpo monstruoso, ao tomar água à mesma esvai de seu corpo por meio das suturas, não é preciso mais o alimento para mantê-lo vivo já que agora tal feito é alcançado por intermédio da eletricidade.



Figura 5: *Sparky* e vasilha de água.

Fonte: <http://favim.com/image/670684/>

Portanto entendemos que apesar da semelhança com o antigo *Sparky*, este já não é o mesmo, assim como *Frankenstein*, apesar de ser constituído por partes humanas, não é propriamente humano, mas também não deixa de sê-lo.

Esta anomalia de acordo com Halberstam (2000):

[...] is a “totalizing monster”⁵ — one, in other words, who threatens to never be vanquished, one immune to temporary restorations of order and peace. The “totalizing monster,” a modern invention, threatens community from all sides and from its very core rather than from a simple outside. The chameleonic nature of this monster makes it a symbol of multiplicity and indeed invites multiple interpretations. (HALBERSTAM, 2000, p. 37).

Como um monstro totalizante, entendemos que *Frankenstein* se constitui em um símbolo passível de inúmeras interpretações. Apoiados na teoria do monstro, proposta por Cohen (1996) sugerimos que uma dessas interpretações poderia ser considerá-lo uma metáfora da condição pós-moderna.

Frankenstein: o ser contemporâneo

Segundo Cohen:

The monster is born only at this metaphoric crossroads, as an embodiment of a certain cultural moment—of a time, a feeling, and a place. The monster’s body quite literally incorporates fear, desire, anxiety, and fantasy (ataractic or incendiary), giving them life and an uncanny independence. The monstrous body is pure culture. (COHEN, 1996, p. 4).

Desta forma o monstro surge como signo da cultura e Halberstam corrobora este pensamento ao afirmar que “postmodernity makes monstrosity a function of consent and a result of habit.” (HALBERSTAM, 2000, p.37).

5 Conceito firmado por Franco Moretti em sua obra: *Signs Taken for Wonders: Essays in the Sociology of Literary Forms*.

Ao considerarmos *Frankenstein* uma metáfora da natureza contemporânea, período conceituado por Bauman (2001) como realidade líquida, entendemos que experimentamos um momento monstruoso, camaleônico, pronto a se transformar.

Conforme Bauman (2011) o tempo sofreu o processo de pontilização, isto é, se liquefez, escoou em velocidades diferentes, e tornou-se um líquido não coeso espalhado pelo espaço de possibilidades em forma de gotas ou pontos; e que se pensarmos em termos geométricos, o ponto não tem altura, comprimento ou profundidade, existe apenas em si mesmo, uma potência de ser.

Sendo assim, o *momento tempo* se configura como uma partícula pulsante, na qual se condensam ilimitadas oportunidades, é como se cada ponto pulverizado no espaço, representasse uma potência latente de vida, que nunca se completa; assim como *Frankenstein* é impregnado por uma potência de humanidade que nunca se cumpre.

Como reflexo dessa mudança a relação tempo-espaço também se modificou, e alterou a construção da história de linear para não-linear. Cohen (1996) aponta que a nossa narrativa passou a ser constituída de fragmentos não lineares e não pertencentes há um mesmo tempo/espaço, “mas conectados temporariamente em uma rede, ou melhor, um híbrido não assimilado, um corpo monstruoso” (COHEN, 1996.p.3).

Esta nova narrativa, assim como a percepção do tempo, tem a habilidade de existir, ocorrer, mas sem extinguir sua totalidade. Apresenta-se como uma expectativa difusa que nunca se cumpre completamente, assim como o monstro que desaparece no enevoado da noite sem revelar seu segredo, esperando o momento de ressurgir, renascer.

O indivíduo contemporâneo, assim como os monstros, tem a habilidade de esvanecer e ressurgir. Bauman (2011) sustenta que “num período abominavelmente curto de existência, [...] agora é oferecida a habilidade de espremer de si muitas vidas, uma série infinita de “novos começos””. (BAUMAN, 2001. p.155).

Essa capacidade não é apenas uma possibilidade, é uma ordem imperativa de constante mudança de identidade.

[...] a identidade compartilha agora o destino de outras buscas da vida e viveu o processo de pontilização. Outrora projeto vitalício, de limites coincidentes com a duração da vida, ele se transformou agora em atributo do momento. Já não é planejado de uma vez e construído para durar para sempre, mas é intermitente e sempre de novo montado e desmontado [...] (BAUMAN, 2001. p.180).

Halberstam (2000) corrobora esta ideia ao afirmar que a identidade contemporânea, assim como a identidade dos monstros, é fugaz, propensa a desconstrução e em contínuo processo de decomposição. Esta identidade se apresenta como uma espécie de *identidade frankenstein*, formada por diferentes partes não coesas costuradas entre si, um patchwork em eterno progresso, no qual o adquirir e o descartar têm igual valor e importância.

Bauman cita que esta vocação contemporânea de se reinventar constantemente, nos aproxima de uma potência de eternidade, sintetizando de certa forma, o eterno em uma única vida de inúmeras existências.

Esta persistente transformação do indivíduo dificulta a categorização, podemos ser o que quisermos pelo tempo que quisermos e não é preciso aviso prévio para as modificações. Esta resistência a classificação nos assemelha aos monstros, visto que estes “são híbridos perturbadores cujos corpos externos incoerentes resistem às tentativas de os incluírem em qualquer sistema estruturado. Portanto o monstro é perigoso, uma forma suspensa entre formas que ameaça esmagar as distinções” (COHEN, 1996, p.12).

Sendo assim o indivíduo contemporâneo se configura como uma ameaça ao sistema e aos conceitos

pré-existentes que agora se apresentam fragmentados, desconexos e hibridizados. A hibridização conceitual contribui diretamente para a modificação e expansão dos campos de significância. Há uma liquefação das barreiras permitindo que o bem e mal e o bom e o mau, antes antagônicos, se misturem. Tomemos por exemplo a hibridização dos termos 'fofo' e monstruoso apresentada por Brzozowska-Brywcnska (2007) em seu artigo *Monstrous/Cute*. Nesse, a autora sugere que a associação do fofo e do monstruoso, elementos tão diversos entre si, criam a "possibilidade de acrescentar o incomum/inesperado/controverso ao significado de ambos [...] e permite que [...] modifiquem outras definições [...]". O monstro 'fofinho' possui a habilidade de modificar o significado de crueldade, assim como adicionar novas conotações ao conceito de bondade.

Estas combinações paradoxais criam um afastamento de um discurso tradicional e aproximam o limite entre monstro e humano. Este limiar foi previamente estabelecido para manter a separação entre monstro e humano bem definida, a fim de prevenir a exploração de territórios desconhecidos. Cohen (1996) dialoga que "o monstro previne a mobilidade, delimita o espaço social por onde corpos privados podem passar. Sair do discurso oficial, é se expor ao ataque de um monstro ou transformar-se em monstro."

Então, retornando a pergunta que estimulou este trabalho, será que nos aproximamos demais desses seres e como consequência nos transformamos em monstros? Segundo Halberstam (2000) a resposta é sim, e a autora articula que:

We wear modern monsters like skin, they are us, they are on us and in us. Monstrosity no longer coagulates into a specific body, a single face, a unique feature; it is replaced with a banality that fractures resistance [...] (HALBERSTAM, 2000, p.16).

Ao afirmar que os monstros estão sob o indivíduo e dentro do mesmo, podemos entender que a monstruosidade não está somente na superfície como em *Frankenstein* e sua aparência desfigurada e assustadora, mas é parte intrínseca na constituição o sujeito. Sugerimos que a monstruosidade resida em nossa natureza híbrida e fragmentada, livre para explorar infinitos momentos, surgir, corporificar e nos desfazermos em meio à bruma da eternidade, sempre prontos a evaporar.

Nesse sentido o ser contemporâneo aproxima-se do conceito de criança, pois segundo Klein (1981) "na criança, o inconsciente ainda é muito próximo do consciente e seus impulsos mais primitivos atuam paralelamente a processos mentais altamente complicados" (KLEIN, 1981, p.32). Como um híbrido o sujeito se coloca entre o primitivo (monstruoso) e o humano (complexo).

Então se de certa forma o ser contemporâneo se identifica mais com a condição de criança do que a de adulto podemos argumentar que para compreendê-lo é importante entender o conceito de criança.

Ao tecer uma análise sobre a criança é preciso considerar que seu sentido foi modificado ao longo do tempo em função das ideologias prevalecentes. Atualmente, em geral, a abordagem destinada à criança, é a adotada no código napoleônico, a criança, portanto seria aquela que não trabalha.

É percebido que só existe o termo criança em contraponto ao adulto, ou se é criança ou se é adulto. Para deliberar a diferença entre os dois termos, recorremos a Freud, para o qual, "[...] não se distingue apenas a criança do adulto em torno da puberdade biológica realizada, mas relativamente a ela, as definições que dá aos estados do sujeito" (VALAS, 1991.p.143). Entende-se então, que a linha divisória da criança para o adulto está nos remanejamentos estruturais da latência à puberdade.

De acordo com o pensamento de Lacan a criança e o adulto são tipos de pessoa, separadas pelo o elemento tempo. Para distingui-las são imperativos quatro pontos: significante, gozo, história e ato. A pessoa "é sujeito correlato ao seu gozo; ela é, pois, referida ao fantasma" (VALAS, 1991.p.142).

Ainda em Lacan, temos que do estágio do espelho procede "que do ponto de vista do adulto a criança é um fantasma, o de um ser que é amado, ou deveria tê-lo sido, desejado ou não. Mas é

também um ser que pode ser dominado, presa ideal para todas as tentativas de domesticação de seu gozo” (VALAS, 1991.p.145).

Mas se estamos mais próximos da criança, podemos entender que somos como seres fantasmagóricos, assombrações, e tal qual *Frankenstein*, potencialmente humanos pairando superficialmente pelo espaço sem nunca realmente tocar o solo.

Como *crianças*, precisaríamos de uma diretriz para desenvolver, mas assim como Frankenstein, que aprende não pela transmissão de conhecimento, mas pela observação e apropriação dos conhecimentos de outros, somos forçados a experimentar um aprendizado sem cartilhas, que necessita de uma rápida assimilação e contínua atualização.

Conclusões

O presente estudo buscou elaborar uma análise da contemporaneidade através do diálogo entre monstruosidade e humanidade e como esta relação pode contribuir para uma melhor compreensão do sujeito contemporâneo.

Concluiu-se que atualmente, devido à complexidade do nosso tempo, há uma maior proximidade do elemento infantil, primitivo, o que proporciona que nos configuremos como que em uma Terra do Nunca⁶ de espectros *frankenstein*.

6 Ilha fictícia do livro Peter Pan, do escritor escocês J. M. Barrie.

Referências

A Bela e a Fera. TROUSDALE, Gary; WISE, Kirk. EUA. 84 minutos.

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: J.Zahar, 2001.

BAUMAN, Zigmund. *A ética é possível num mundo de consumidores?* . Rio de Janeiro: J.Zahar, 2011.

BRZOWSKA-BRYWCZNSKA, Maja. *Monstrous/Cute: Notes on the Ambivalent Nature of Cuteness*. In: COHEN, Jeffrey (org.). *Monster Theory: reading Cultures*. Minneapolis. University of Minnessota Press, Visible Evidence Series, 1996.

COHEN, Jeffrey (org.). *Monster Theory: reading Cultures*. Minneapolis. University of Minnessota Press, Visible Evidence Series, 1996.

Frankenwennie. BURTON, Tim . EUA: 2012. 87 minutos.

Frankenstein. WHALE, James. EUA: 1931. 71 minutos.

FREUD, S. *O Estranho* (1919). in: Edição standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud. Rio de Janeiro: Imago, 1969, v.XVII, p.275-318.

GREENBERG, Harvey. *Heimlich Maneuvers: On a Certain Tendency of Horror and Speculative Cinema*. Disponível em: http://www.psyartjournal.com/article/show/greenberg-heimlich_maneuvers_on_a_certain_tendency. Acesso: 25 nov. 2012.

HALBERTSTAM, Judith. *Skin shows: gothic and the technology of monsters*. 3ed. Duke University Press. 2000

JEHA, Julio. *Monstros como metáfora do mal*. Belo Horizonte. Disponível em: http://www.letras.ufmg.br/POSLIT/16_producao_pgs/Monstros%20como%20met%C3%A1foras%20do%20mal.pdf. Acesso em: 01 out. 2012.

KLEIN, Melaine. *Psicanálise da criança*. Tradução de Pola Civelli . 3 ed. São Paulo: Mestre Jou , 1981.

SCOTT, Niall (org.). *Monsters and the Monstrous: Myths and Metaphors of Enduring Evil*. Amsterdam: Rodopi B.V. 2007 volume 38

Shrek. ADAMSON, Andrew ; JENSON, Vicky. EUA. 90 minutos.

VALAS, Patrick. O que é uma criança? In: MILLER, J. (org.), *A criança no discurso analítico*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1991.p.141-146.

O retrô nas telas hipermodernas

Bruna Ricaldoni de Albuquerque¹

Resumo

O presente artigo visa a analisar a sociedade hipermoderna em seus aspectos sociais e psicológicos, a fim de compreender como e porque aconteceu o retorno do passado nesse período. A partir de análises sobre a vida do sujeito hipermoderno, com todas as suas inseguranças, propõe-se um estudo sobre a nostalgia, medos e ansiedades do indivíduo para entender porque o passado passou a ser tão valorizado e o que ele representa. Propõe-se também analisar esse resgate através de filmes e séries do século XXI que de alguma forma utilizam elementos retrô, seja no figurino, cenário, enredo ou trilha sonora.

Palavras-chave

Retrô; Cinema; Hipermodernidade.

Introdução

A idealização do passado é um fenômeno cada vez mais presente na sociedade hipermoderna, em que presenciamos a adoração do retrô, do passado e a nostalgia dos “bons e velhos tempos” não só pela geração que presenciou esse período, como também por toda uma geração posterior, que através das comunicações e de histórias passadas pelas gerações, é capaz de sentir saudade de um tempo que não viveu.

Para compreender a origem desse fato, é preciso realmente voltar ao passado, mas não a um passado idealizado, muitas vezes até fictício, e sim a um passado cheio de qualidades e defeitos, para que seja possível analisar de uma forma bem fiel todos os fatores que levaram à veneração do retrô em uma sociedade marcada pelo intangível, a era das nuvens, do wi-fi e dos aplicativos.

¹ Bacharel em Design Gráfico na Universidade do Estado de Minas Gerais. Designer.

Tempos Modernos

O século XX foi um período de grandes transformações na sociedade, uma vez que ela foi, progressivamente, perdendo o seu caráter sólido e durável para se tornar cada vez mais fluida. Na primeira metade do século, presenciamos não só o avanço da tecnologia, do transporte, das comunicações, como também um aumento da produção industrial que resultou em uma mudança na relação do indivíduo com os objetos (Lipovetsky, 2004). Foi nesse período que surgiu a sociedade de consumo, em que pela primeira vez, a produção de bens de consumo passou a ser maior que a do próprio consumo. Esse período foi marcado também pelo movimento moderno, caracterizado por colocar ciência e a tecnologia acima de tudo.

O movimento moderno refletiu o dinamismo da era industrial e a eficiência do mundo fabril. Também foi inspirado pelas filosofias dogmáticas de uma conhecida escola intelectual elitista do início do século XX, que celebrava a tecnologia e a ciência acima do prazer, e visões de um mundo mais controlado acima das de uma sociedade democrática e evolutiva. (GOBÉ, 2008, p.49)

Lipovetsky define o sujeito moderno com um indivíduo autônomo que está em ruptura com o mundo da tradição, utiliza a razão para guiar a sua vida e não só desfruta de uma maior liberdade em relação aos seus antecessores, como valoriza a individualidade e ambiciona o sucesso. De uma maneira simplista, esse sujeito é unificado e estável. “A identidade, então, costura (ou, para usar uma metáfora médica, “sutura”) o sujeito à estrutura. Estabiliza tanto os sujeitos quanto os mundos culturais que eles habitam, tornando ambos reciprocamente mais unificados e predizíveis.” (WILLIAMS *apud* HALL, 1992. p. 12)

Essa primeira metade do século foi marcada pelas duas Grandes Guerras Mundiais, responsáveis pelo grande avanço tecnológico, nos meios de comunicação e principalmente na medicina, como também, por criar um ambiente de pavor, inseguranças, medos, destruição e escassez de recursos. Os anos austeros de guerra foram tão traumáticos para a sociedade, que com o seu fim os indivíduos, que até então projetavam suas vidas no futuro, passaram a viver intensamente o presente. Nos anos 50, as pessoas queriam consumir, constituir uma família e ter uma vida estabilizada. Essa geração ficou conhecida como *Baby Boomers*, devido à alta taxa de nascimento no período pós guerra.

A geração Baby Bommers é composta de pessoas que presenciaram a guerra e os movimentos feministas na luta pelos seus direitos. Foram educadas com rigidez e seguiam regras padronizadas em relação à disciplina e a obediência. [...]São pessoas que não se abrem muito para questionamento e a principal preocupação está na busca pela estabilidade no emprego. (SANTOS *et all*, 2011. p. 2.)

É comum que em períodos pós crises, as pessoas procurem viver a vida, valorizar o presente e procurar uma estabilidade, porém, com o passar do tempo, quando o presente torna-se um passado, a sociedade continua o seu fluxo e passa a mudar os seus valores. Nas décadas seguintes, anos 60 e 70, não foi diferente. A juventude tinha como característica a negação dos valores dos anos 50. Foi um período marcado pela contracultura e pela busca pela liberdade, bem como por uma série de transformações políticas e sociais, como manifestações estudantis, guerra fria, revolução sexual, uso e abuso das drogas. Essa geração ficou conhecida como “X” valoriza muito o trabalho e a estabilidade financeira. “É marcada pelo pragmatismo e autoconfiança nas escolhas, e busca promover a igualdade de direitos e de justiça em suas decisões” (OLIVEIRA, 2009, p.63).

A geração X cresceu em um período de transição da sociedade, conhecido como a pós-modernidade. Até então, os indivíduos, que se projetavam para o futuro, começaram a se projetar mais para o presente. Houve o enfraquecimento das normas tradicionais, um aumento significativo

do consumo e a vida passou a ser cada vez mais hedonizada. Segundo Marc Gobé (2010), a pós-modernidade possibilitou a integração entre a arte, o design e a cultura, como também trouxe o caráter humano e emocional à sociedade, que era justamente o que faltava no movimento moderno. “O período pós-moderno indicava o advento de uma temporalidade social inédita, marcada pela primazia do aqui-agora” (LIPOVEYSKY, 2004). A pós-modernidade deu lugar à hipermodernidade, período em que todas as características da modernidade e pós-modernidade foram intensificadas.

Hipermodernidade

O século XXI é marcado pela intensificação das transformações ocorridas na primeira metade do século XX, em que “matéria e espírito se esfumam em imagens, em dígitos num fluxo acelerado.” (SANTOS, 1986). Passamos a lidar com mais signos que coisas, a valorizar cada vez mais os simulacros, a buscar cada vez mais o prazer e a sedução. Vivemos em um período marcado pelo niilismo e pela saturação. De acordo com Lipovetsky (2004), a sociedade hipermoderna é fluida liberal, flexível, instável e guiada pelo medo.

O sujeito hipermoderno possui várias identidades, muitas vezes contraditórias, é liberal, individualista, hedonista, preocupa-se com as minorias, vive em busca do prazer e sob uma tensão nervosa, cheio de incertezas e inseguranças:

Quanto mais avançam as condutas responsáveis, mais aumenta a irresponsabilidade. Os indivíduos hipermodernos são ao mesmo tempo mais informados e mais desestruturados, mais adultos e mais instáveis, menos ideológicos e mais tributários das modas, mais abertos e mais influenciáveis, mais críticos e mais superficiais, mais céticos e menos profundos. (LIPOVETSKY, 2004, p. 27)

A juventude hipermoderna é conhecida como geração Y, e é constituída por indivíduos que nasceram a partir da década de 80, ou seja, já nasceram na era da tecnologia, estão sempre conectados e possuem fácil acesso às informações. Ao mesmo tempo que se preocupam com a causa das minorias, dominam as tecnologias, estão sempre em busca de novas perspectivas, são também impacientes, distraídos e muitas vezes superficiais. (DOVIGO e outros, 2011). Eles são frutos de uma nova estrutura familiar:

Raines (2000) acrescenta que são filhos de geração de mães independentes emocional e financeiramente e possuem uma vida profissional ativa, por isso acabaram sendo criados pelos profissionais das creches ou por avós. Além disso, o modelo de família padrão também foi substituído por uma organização que não necessariamente é representada pelo pai ou pela mãe presente. O modelo familiar mais acentuado é o flexível, muitos são filhos de pais separados, convivem com irmãos de pais diferentes, madrastas, padrastos, namorados de pais e mães. São pertencentes a famílias que elencaram como objetivo preparar seus filhos para o futuro, por isso a “agenda” da infância era determinada por muitos afazeres, como cursos de idiomas, esportes e outras tarefas para preencherem o dia a dia, esquecendo-se de acharem um tempo para o ser criança. (DOVIGO *et al*, 2011, p. 5)

Percebe-se então que essa geração cresceu recebendo muitos estímulos, sendo preparada ao máximo para a vida adulta, porém a responsabilidade e obrigação de ser um indivíduo bem resolvido e posicionado na sociedade resultaram em uma série de incertezas e inseguranças que, juntamente com os problemas como a violência, corrupção, tragédias ambientais, falta de tempo, geraram estresse em massa, incertezas sobre o futuro, inseguranças em relação ao emprego e profissão, desestruturação familiar, falta de sentido pessoal, medo da solidão, dentre tantos outros.

Medos, segurança e nostalgia

Vivemos então, de acordo com Bauman (2008), sob um medo derivado, que é justamente o medo de ser vulnerável, ou seja, de que a qualquer momento uma tragédia pode acontecer e que muitas vezes essa tragédia pode ser irreversível, como a morte. Bauman categoriza três tipos de medos derivado: os que ameaçam o corpo (aspectos físicos); os que ameaçam a ordem social (emprego, renda, velhice) e por fim, os que ameaçam o lugar do indivíduo no mundo (identidade e hierarquia social).

De acordo com Freud (1995), antes mesmo de saciar suas necessidades básicas como a fome e a sede, o ser humano precisa sentir-se seguro. Na hipermodernidade essa busca por segurança resultou na necessidade de pertencimento à marcas, grupos sociais, estilos de vida, bem como à valorização do passado, busca pelo prazer e infantilização dos adultos.

No presente artigo será abordado apenas a valorização do passado, e para entendê-lo, é preciso compreender a nostalgia. Desde o seu surgimento, até a atualidade ainda não existe uma definição exata e definitiva sobre o que vem a ser a nostalgia. Em consenso geral, ela está relacionada à saudade do passado e ao ato de relembrá-lo. Para autores como Havlena; Holak (1991), ela é a crença de que o anos passados eram melhores e para Hirsch (1992), essa crença é tão grande, que deleta as emoções negativas, ou seja, idealiza o passado. Para Stern (1992), ela surge no declínio de uma época e pode ser pessoal ou coletiva, sendo a coletiva a responsável pelo sentimento de saudade por uma época que não vivemos, principalmente na hipermodernidade, em que devido os meios de comunicação como a internet e televisão é possível conhecer e “vivenciar” ícones, símbolos e valores de épocas passadas. Por fim, Hutcheon (1998) aprofunda ainda mais ao considerar que a nostalgia permite ao indivíduo manter sua identidade ao enfrentar períodos de transição como a passagem da infância para adolescência ou passagens de épocas.

O fim do século XX e o início do século XXI foi um período de transição, já que representou não só o fim de um século, como também a passagem da geração dos *baby boomers* para a maturidade e mortalidade. Para Stern (1992), o envelhecimento dessa geração levou à evocação do passado, principalmente dos anos 50 e 60, em que essa geração nasceu e cresceu.

Retrô

Essa evocação do passado pode ser tanto retrô, quanto vintage. Segundo Faggiane (2006), o vintage é algo original de uma época, ao passo que o retrô é o que se inspira no vintage, nas características formais do passado, produzidos com as tecnologias atuais.

O retrô nas telas hipermodernas

Atualmente, revivemos o passado diariamente, em todos os lugares, principalmente através do retrô, seja na indumentária das pessoas, no corte de cabelo, nos objetos do cotidiano, nas músicas, aplicativos, como também na indústria audiovisual. Indústria essa que se apropria desse estilo para recriar e revisitar o passado nos pequenos detalhes. O presente artigo selecionou quatro obras audiovisuais que se apropriam do retrô de maneiras distintas. A primeira é a série americana “New Girl”, e a segunda, o filme o “Fabuloso Destino de Amélie Poulain”, em que podemos encontrar o retrô nas indumentárias, decoração, objetos e música. A terceira obra analisada é o filme “Meia Noite em Paris” em que o personagem principal revisita vários passados e, por fim, a quarta obra é o filme “Kill Bill” que faz um pastiche de cenas de filmes de épocas diferentes.

New girl - 2011

Sinopse: a série conta a história de Jess, uma garota esquisita e adorável que se vê em uma situação complicada: ela foi traída pelo namorado e precisa arrumar um novo lugar para morar. Ela acaba encontrando um apartamento no qual residem três homens solteiros: Nick, Schmidt e Coach (respectivamente um barman, um casanova e um personal trainer).

A personagem Jess é interpretada pela atriz e cantora indie Zooey Deschanel, que é conhecida pelo seu estilo retrô, tanto no visual, quanto na música.



Fonte: Acervo da autora

Em New Girl, o retrô pode ser encontrado na:

- 1) Música de abertura, com referências ao pop dos anos sessenta, cantada pela banda She & Him da atriz protagonista;
- 2) Vinheta de abertura da série, através da moldura que nos remete aos anos XX e da estampa geométrica, característica dos anos 60.
- 3) Decoração do quarto da personagem Jess: cores em tons pastéis como nos anos 50, edredom floral com fundo escuro, bem como quadros pendurados na parede, também característicos dos anos 50.
- 4) Estilo da personagem Jess é inspirado nas décadas de 50 e 60: cabelo marcado por ondas, franja longa e redonda, cintura marcada, vestidos e saias rodadas e de cintura alta, estampas de bolinhas ou listras, cores animadas e acessórios como arcos e óculos lolita.

Essa série utiliza o retrô que está presente na memória coletiva da sociedade, ao passo que o próximo filme a ser analisado representa o passado, a memória individual da protagonista.

O fabuloso destino de Amélie Poulain - 2001

Sinopse: Após deixar a vida de subúrbio que levava com a família, a inocente Amélie (Audrey Tautou) muda-se para o bairro parisiense de Montmartre, onde começa a trabalhar como garçonne. Certo dia encontra uma caixa escondida no banheiro de sua casa e, pensando que pertencesse ao antigo morador, decide procurá-lo e é assim que encontra Dominique (Maurice Bénichou). Ao ver que ele chora de alegria ao reaver o seu objeto, a moça fica impressionada e adquire uma nova visão do mundo. Então, a partir de pequenos gestos, ela passa a ajudar as pessoas que a rodeiam, vendo nisto um novo sentido para sua existência. Contudo, ainda sente falta de um grande amor.



Fonte: Acervo da autora

O retorno do passado, nesse filme, pertence ao universo particular da curiosa Amélie, principalmente no período de sua infância. Podemos encontrar o retrô no:

- 1) Estilo da personagem Amélie: cabelo ao estilo da atriz Louise Brooks, ícone dos anos 20, liso, curto com franja lisa; a indumentária com cara de brechó, seja pelos lenços, pelas estampas de bolinhas, listras e rendas, seja pelo uso de sapatos pesados, *cardigans* e saias até o joelho.
- 2) Na cena em que a protagonista encontra com o dono da caixa para devolvê-la, o cenário é um parque de diversão que parece que ficou “congelado” no tempo, sendo assim, o parque de diversão da infância da protagonista.
- 3) Os filtros na película também remetem à fotografia antiga e, atualmente, podemos comparar com os filtros do aplicativo Instagram.
- 4) Encontramos no filme também uma cena de meninos jogando bola de gude, jogo que acompanhou tantas gerações, mas que agora faz parte de um passado.

Por fim, é interessante observar que a história do filme decorre a partir de uma caixinha de memória da infância do antigo morador da atual casa de Amélie. Caixinha essa que possui objetos que evocam lembranças, nostalgia e emociona o dono ao reencontrá-la.

Meia Noite em Paris - 2012

Sinopse: Gil (Owen Wilson) sempre idolatrou os grandes escritores americanos e sonhou ser como eles. A vida lhe levou a trabalhar como roteirista em Hollywood, o que fez com que fosse muito bem remunerado, mas que também lhe rendeu uma boa dose de frustração. Agora ele está prestes a ir a Paris ao lado de sua noiva, Inez (Rachel McAdams), e dos pais dela, John (Kurt Fuller) e Helen (Mimi Kennedy). John irá à cidade para fechar um grande negócio e não se preocupa nem um pouco em esconder sua desaprovação pelo futuro genro. Estar em Paris faz com que Gil volte a se questionar sobre os rumos de sua vida, desencadeando o velho sonho de se tornar um escritor reconhecido.

Esse filme do diretor Woody Allen não só retrata muito bem o resgate do passado pela sociedade vigente, como parece um diálogo com o espectador a respeito do sujeito hipermoderno e da hipermodernidade. No filme, o personagem Gil revive alguns passados, como a Belle Époque e os anos 20.



Fonte: Acervo da autora

Após um jantar com sua noiva e amigos, Gil resolve voltar para o hotel caminhando pelas ruas de Paris a fim de encontrar inspiração para o romance que pretende escrever. Nesse percurso ele se perde e acaba se deparando com a cidade nos anos 20. Ao longo do filme ele presencia festas da época e encontra com diversas personalidades da época, como o poeta, cineasta e artista Jean Cocteau, o casal de escritores, Scott e Zelda Fitzgerald, os pintores Picasso, Dali e Toulouse-Lautrec, dentre tantos outros.

Uma presença marcante no filme é a personagem fictícia Adriana, que vive sua juventude nos anos 20, no esplendor do jazz e do estilo de dança *Charleston* bem retratados na obra. Ela se encontra com Gil e desabafa que o presente é chato, que gostaria de ter vivido nos anos dourados, que para ela era a Belle Époque. Nesse momento, a Paris dos anos 20 se transforma na Paris da Belle Époque e locais como o famoso restaurante Maxim's e o icônico Moulin Rouge são revisitados.



Fonte: Acervo da autora

Por fim, além de frases perspicazes que propõem dialogar esse assunto com o espectador, como a de Paul, amigo da noiva de Gil, "Nostalgia é negação – negação do doloroso presente -, uma noção equivocada de que uma época, uma era dourada, é melhor do que aquela em que se vive; uma falha na imaginação romântica das pessoas que acham difícil ocupar-se do presente", o filme propõe também uma série de reflexões sobre o tempo e como as pessoas lidam com ele, bem como revisita uma Paris mágica que, com o sem chuva está viva na memória coletiva da sociedade atual, que de tão idealizada, realmente se torna uma fantasia.

Kill Bill - Volume I - 2003

Sinopse: A Noiva (Uma Thurman) é uma perigosa assassina que trabalhava em um grupo, liderado por Bill, composto principalmente por mulheres. Grávida, ela decide escapar dessa vida de violência e decide se casar, mas no dia da cerimônia seus companheiros de trabalho se voltam contra ela, quase

a matando. Após cinco anos em coma, ela desperta sem um bebê e com um único desejo: vingança. A Noiva decide procurar, e matar, as cinco pessoas que destruíram o seu futuro, começando pelas perigosas assassinas Vernita Green (Vivica A. Fox) e O-Ren Ishii (Lucy Liu).

Não só Kill Bill, mas como todos os outros filmes de Quentin Tarantino, são repletos de pastiches de outros filmes, chegando a ser quase uma cópia. Abaixo segue algumas das referências das cenas presentes em Kill Bill, como cenas do filme “O Jogo da Morte” de 1978, “Sanjuro” de 1962, “Pulp Fiction” de 1994, dentre outros:



Fonte: Acervo da autora

Conclusão

Não existe uma única causa para a evocação do passado na hipermodernidade, uma vez que isso está relacionado a vários fatores como a passagem do século XX para o XXI, e com isso, a passagem da geração dos *baby boomers* para a velhice e mortalidade, bem como períodos de crise na sociedade, como a de 2008, e medos e inseguranças de uma geração que está crescendo em um período de grandes mudanças sociais e políticas.

O regaste do passado não só levou à produção de muitos objetos retrô e à regravações de músicas de sucesso do passado, como também influenciou muito a indústria cinematográfica, seja pelos aspectos estéticos, como na série americana “New Girl” e no filme francês “O Fabuloso Destino de Amélie Poulain”, seja nas regravações e alusões às cenas marcantes de filmes do passado e muito pastiche nos filmes de Tarantino, como em “Kill Bill”, seja na estética e no próprio enredo questionador e reflexivo do filme “Meia Noite em Paris”, em que questões como nostalgia, idealização do passado são muito retratados não só em um sujeito hipermoderno, como no sujeito moderno.

Em suma, ao longo dos séculos, sempre houve épocas em que o passado era venerado, sendo sempre os “bons e velhos tempos”, seja porque perpetua as experiências e vivências de gerações, seja porque ajuda os indivíduos a enfrentar períodos de crises e ou transições da sociedade ou fases da vida.

Referências

- BAUMAN, Zygmunt. *Medo Líquido*. Rio de Janeiro: Zahair, 2008.
- DOVIGO, Aline Aparecida et al. *O Processo Evolutivo Entre as Gerações X, Y e Baby Boomers*. In: Seminários em Administração, out. 2011. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/semead/14semead/resultado/trabalhosPDF/221.pdf>>. Acesso em: 22 fev. 2013.
- FREUD, Sigmund. *Além dos Princípios do Prazer*. Rio de Janeiro, 1995.
- GOBÉ, Marc. *Brandjam: o Design Emocional na Humanização das Marcas*. Rio de Janeiro: Rocco. 2010.
- HALL, Stuart. *Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro, 1992.
- HAVLENA, William J; HOLAK, Susan L. "The Good Old Days: Observations On Nostalgia and its Role in Consumer Behavior". *Advances in Consumer Research*, 18 (1991): 323-329.
- HUTCHEON, Linda. *Irony, Nostalgia and the Postmodern*. 1988. Disponível em: <http://www.library.utoronto.ca/utel/criticism/hutchimp>. Acesso em 27 de Abril de 2013.
- LIPOVETSKY, Gilles e CHARLES, Sébastien. *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: Barcarolla, 2004.
- OLIVEIRA, Sidnei. *Geração Y: Era das Conexões, tempo de Relacionamentos*. São Paulo: Clube de Autores, 2009.
- SANTOS, Cristiane Ferreira, et al. *O Processo Evolutivo entre as Gerações X, Y e Baby Boomer*. In Seme AD, São Paulo, 2011.
- SANTOS, Jair Ferreira. *O que é pós-moderno*. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- STERN, Bárbara B. *Historical and Personal Nostalgia in Advertising Text: The Fin de siècle Effect*, *Journal of Advertising Studies*, 21, n.2 (1992): 11-22.

Referencias audiovisuais:

- New Girl*. MERIWETHER, Elizabeth. Estados Unidos. 2011. 50 minutos.
- O Fabuloso Destino de Amélie Poulain*. JEUNET, Jean-Pierre. França. 2001. 130 minutos.
- Meia Noite em Paris*. ALLE, Woody. Estados Unidos. 2011. 95 minutos.
- Kill Bill*. TARANTINO, Quentin. Estados Unidos. 2003. 130 minutos.

A estética autômata do Plug-in

Wayner Tristão Gonçalves¹

Resumo

O cinema assim como a arte contemporânea, utiliza-se da tecnologia como forma de ampliar as possibilidades estéticas. Uma vez encontrada uma fórmula validada pelo sistema, retornará a ela até que a mesma já tenha perdido a aura de novidade. Este sistema é semelhante ao processo de fabricação tecnológica e de divulgação. Uma alternativa para deslocá-lo pode decorrer da autoria promíscua da pirataria.

Palavras-chave

Estética; arte contemporânea; cinema; tecnologia.

A sociedade contemporânea assiste um incremento tecnológico capaz de mediar e organizar a vida cotidiana em várias esferas. As ferramentas que sempre foram usadas para ampliar o domínio humano sobre a natureza, passaram a criar novas situações mercantis de adaptação e agora se inverte o teorema, sendo que a necessidade vem após o advento da ferramenta e não mais antes.

Esse estratagema não é novo, mas a inserção em camadas cada vez mais populares assusta. Qualquer habitante urbano, ou seja, consumidor, é obrigado a inserir nessa lógica onde além disso necessita atualizar-se constantemente- seja a nível tecnológico, com máquinas que se sincronizam a programas e à rede constantemente modificadas, ou a nível profissional, com uma promessa perversa de otimização do salário.

Dessa forma novos equipamentos surgem constantemente, e se aperfeiçoam para atrair o diversificado público. A dificuldade de escolha do produto recai, sobretudo, a quantidade de aparatos ofertados. Uma vez que todo aperfeiçoamento tecnológico aparece ao mesmo tempo, os novos produtos são na maioria dos casos similares, rendendo grandes entraves autorais sobre a velha questão do que surgiu primeiro. Dessa forma o público necessita de outra inovação para garantir a venda: publicidade e design.

A publicidade já abunda todos meios visuais factíveis: banheiros, céu, realidade virtual. Todos fabricantes usurpam estes espaços, muitos deles públicos, na tentativa de impor uma visão original, que logo é seguida pelos concorrentes. O design recai no mesmo problema: a moda dita qual é a melhor percepção momentânea e nela apostam todos fabricantes, quase ao mesmo tempo. O que antes era uma das melhores definições de sociedade capitalista, a individualidade e a diferença, fica

1. Mestre em Artes Visuais, professor assistente na Universidade Federal do Vale do São Francisco (UNIVASF).

cada vez mais distante, criando produtos homogêneos para um público variado.

A variação deste se dá de acordo ao analista, se pós-moderno, verifica uma diferença acentuada no próprio ato de consumo (CERTEAU, 1994), se marxista, uma semelhança baseada nos produtos do próprio consumo (ADORNO, 1992). O design do produto, entretanto, abarca grandes áreas de penetração social: desde a quantidade de produtos à criação de grupos específicos de consumo que criam uma auto identificação a partir destes produzindo tribos (MAFFESOLI, 2000) diferenciadas.

A imagem assim se reveste de um capital simbólico fundamental para as trocas sociais. Qualquer tipo de imagem, uma vez que todas serão incorporadas para a publicidade (seja de produto ou pessoal).

Esse atual estado de sociedade mediada pela imagem já foi predicada como a sociedade do espetáculo (DEBORD, 1997) e também sofre uma atualização e aperfeiçoamento de modo a deixar toda imagem impecável, pronta para a venda.

Não existe diferença quando aparentemente passamos de um estado passivo de consumo para nos tornamos também produtores de imagem. Dessa forma só ampliamos e deixamos mais complexo o espectro espetacular sem a necessidade de criação ou adaptação de novas nomenclaturas temporais, como poderia sugerir o termo pós-espetacular tão em voga.

Quando nos tornamos criadores de imagens, passamos a utilizar as mesmas ideologias e mecanismos e publicitários para promover a difusão de nossas imagens (sejam elas de autopromoção, ou de qualquer tipo). A tecnologia somente vai auxiliar a homogeneização destas imagens, uma vez que a tecnologia (etapa de produção) dos aparatos se torna igual, e a propaganda (etapa de criação do imaginário) também. Há outro aspecto envolvido na produção das imagens, esse mais subjetivo, que depende da junção das duas etapas, a criatividade. Esta também já se encontra bastante homogeneizada, uma vez que as etapas anteriores já o são, mas dessa vez criação passa pela individualidade do autor, podendo retirar daí sua unicidade e diferença.

No caso do audiovisual, a produção atingiu uma enorme quantidade devido ao acesso aos meios tecnológicos (qualquer novo aparato comunicacional traz consigo uma câmera embutida) e meios de difusão (estes mesmos aparatos também são conectados a internet).

A massificação, entretanto, insiste em permear todos processos produtivos, e cria uma forma de simular uma subjetivação da primeira etapa produtiva, através de meios que deslocam a funcionalidade da imagem perfeita, cria filtros que emulam uma nova visibilidade, não mais realística, mas que começa a entrar em caminhos poéticos de não conformidade com o real: aplicativos como *Instagram*, *Magic bullets*, *VitaScene*, *CoreMeltque*, entre outros tantos que se divulgam como corretores de cores e estilos, indo além da lógica indicial da fotografia, que uma vez entrando no mundo cibernética já não tem nenhuma relação com a realidade, ou com a hiper-realidade espetacular tão necessária à aceitação do público.

É cada vez mais difícil assistir um filme atualmente sem pretensões estetas, a beleza que se torna gasosa (MICHAUD, 2003) alcança todos os espaços, mas através de aplicativos é produzida por qualquer um. O artista que antes era um mágico inspirado por um dom divino, baixou de sua montanha, e assim como Zaratustra habita qualquer dispositivo móvel que tenha acesso à internet.

O cinema, já típico produto de massas, só começa a preocupar-se com a distinção artística a partir da política de autores do *Cahier du Cinéma* nos anos sessenta, e a partir dali começa a criar uma aura em torno a certos cineastas distintos, sobretudo aos independentes, hoje em dia tão glorificados. A questão estética parece então ter deslocado da *artividade* própria da imagem para o mecanismo de produção-distribuição: quanto menos visto e com poucos recursos, maior a tendência artística. Esse mal persiste até hoje, mal interpretado pelo público cult, que aprecia qualquer coisa fora do

mainstream, tenha ou não qualquer qualidade artística.

Por outro lado a oportunidade de produzir filmes artísticos se amplia com a criação de certas regras antimercadológicas que seguem a lógica do deslocamento funcional: os tempos arrastados, a falta de cortes, a quebra indicial da imagem com desfocagem, falta de tripé, closes excessivos, e a volta do zoom; e sobretudo a estética deslocada semioticamente.

O cinema é uma linguagem que sempre partiu de sua matriz comunicativa, onde a mensagem é o mais importante. Somente após a ruptura fundamental ocorrida com a I Guerra é que o cinema passa a imiscuir-se aos aspectos puramente formais da imagem. A mudança deste paradigma propôs a passagem de uma imagem-movimento (baseada num princípio de ação comunicativa de ação-reação) ao advento de uma imagem-tempo (DELEUZE, 2007)

A imagem-tempo tem como principal característica a atenção dedicada ao tempo subjetivo das personagens. A partir daí desprende-se uma atenção estética na conformação deste plano longo que está inserido o enquadramento. Se num primeiro momento do cinema nossa percepção estava mais voltada à identificação emotiva, agora ela recai sobre o simbolismo e a contemplação da cena.

Muitas vezes a estética atua por si só, não tendo nenhuma relação com a trama, criando assim um espetáculo visual estéril, onde já não é possível obter nem mesmo a satisfação contemplativa. O cinema ao continuar a exposição constante de imagens belas, mas sem conexão diegética cria uma espécie de cartaz autômato, que vende bem o produto, mas já distante do sublime que poucas vezes foi tocado pelo cinema.

A nova geração *hipster*, com seus inúmeros plug-ins, tiram da manga as regras artísticas que antes tardavam décadas em fixar-se como tal. Desse modo desgastam as próprias regras recém criadas por eles, caindo em descrédito constante e necessitando recriar-se a cada obra. Esse pós modernismo febril que necessita criar estéticas distintas tenta aferrar-se ao autor como forma de vencer o modismo, mas sendo ele também somente outra moda, como permanecer?

Os dispositivos de visualização muitas vezes vêm auxiliar esse complexo sistema de atualização: após a introdução da internet como dispositivo audiovisual (DUBOIS, 2004) a pirataria proporciona uma divulgação ampla de produções recém acabadas, porém sem as mesmas características que a obra original.

A primeira deformação da imagem se dá a nível fotográfico, quando o filme ainda exibido em cinema é gravado em câmeras digitais e logo baixado na internet. Essa telecinagem democrática permite a atualização automática de conteúdo, confiando nas grandes produções uma divulgação certa e um público constante. Porém já com esta primeira modificação da imagem, quem grava a imagem já adquire um pequeno papel na reconstrução fotográfica do filme. Além da iluminação diferenciada, cabe a ele o novo enquadramento e possíveis inserções do público presente na sala de exibição.

A segunda deformação ocorre no mesmo instante, com a captação do áudio, quase sempre interferido pelo som do próprio ambiente do cinema.

A terceira e mais nova recai antes de transpor o filme para a rede: no afã de reduzir o tamanho para acelerar a visibilidade na internet, se torna necessária a edição do filme gravado. Se antes a interferência do editor funcionava apenas para utilizar uma extensão mais ágil para download, agora ele assume uma tarefa autoral, ao editar o filme e reduzir as cenas que lhe convém e alterar a ordem do filme. Essa pós-produção (BOURRIAUD, 2009) cria um novo filme, diferente da criação original, podendo sugerir até mesmo uma publicidade para uma nova visibilidade (como foi em seu tempo o filme *Tropa de elite*, ou em escalas virtuais filmes como *A pele que habito*, *Avatar*, ou qualquer outro que passou pelos três processos de deformação do filme, em cujos fóruns de internet foram avisados do fato ocorrido)

Dessa forma, temos uma nova visibilidade materializada em formas autorais transversais, criando um contraste entre as antigas baixas tecnologias (*low tech*) utilizadas como deslocamento da função maquínica do cinema para uma função poética e as novas estéticas do *plug-in*, onde tudo é *high tech* e visibilidade pura, sem criação de camadas de interpretação.

A tecnologia avança a cada dia em direção à uma hiperrealidade que transpassa a própria realidade. A necessidade de uma ilusão somada à beleza das formas cria uma harmonia estranha à vida habitual. Se ao final dos anos 1960 Debord já alertava para o espetáculo presente no cotidiano, hoje em dia a imagem ganha autonomia e dispensa até mesmo referente. A tecnologia informática cria formas sensuais a partir de conceitos vagos e muitas vezes sem o referente direto da realidade.

O cinema como máquina de realidades constantes (a verdade a 24 quadros por segundo, segundo Godard) é a linguagem que mais se aproxima dessa hiperrealidade latente. Estruturas 3D e animações gráficas introduzem este pós-cinema atraente e superficial. Entretanto esta utilização cada vez maior no cinema de tecnologias gráficas proporciona uma desmaterialização da própria imagem.

Se a própria estrutura cinematográfica ganha virtualidade a medida que perde seu material principal, a película, ela percebe que ganha em velocidade e em praticidade na produção de novas obras. O filme trocado pelo Magnético e depois pelo pixel é a primeira revolução, mas com ele, vêm as demais transformações na estrutura do cinema: diminuição do espaço (de armazenagem, de filmagem, de produção) e do tempo (edição, filmagem, finalização).

Com esse micro cinema é possível produzir as mesmas obras magnânimas da era de ouro em pequenas câmeras *miniDV's* e postar em seguida à páginas de internet dedicadas a visualização de vídeos. Assim além da produção, a exibição também ganha virtualidade e visibilidade.

Com a omissão da película ou da fita magnética, o sinal digital vai modificar todo o sistema de produção de imagem: a diminuição da equipe, supressão de custos, virtualização do material final. O armazenamento também será um processo fundamental, com a imaterialidade da informação, um simples delete pode apagar todo um filme gravado em *HD's*. A facilidade de produção assim, também é facilidade de apagamento e de tornar reinscrito. Sem deixar marcas, como a impressão ou a gravação.

A maior participação do espectador na construção do cinema cria a possibilidade de uma inovação maior, partindo-se do fato da quantidade gerar a qualidade. O admirável mundo novo da virtualidade abre sua tela à entrada de todos, democraticamente (a medida que adquire a visibilidade da maioria).

As formas de produção se encontram tão facilitadas que muitas vezes se reflete na péssima qualidade da imagem, uma vez que não detêm a velocidade de gestação, tal como éramos acostumados. Indo de encontro com esta estética lisa do digital, encontramos alguns produtores que ainda acreditam na estria *low tech*.

As entrelinhas

A estética digital tem por característica fundamental o liso, o brilho, o belo. Um bonito criado por uma época esteta facilitada pelas novas tecnologias. Com um simples apertar de botões e um programa de pós-produção é possível limpar a imagem, criando uma obra bela, sem contato com a sujeira do cotidiano. O antigo *Cine-verité* pregado por muitos documentaristas franceses nos anos 1960 encontra um rival tão antigo quanto o próprio cinema: o espetáculo.

A troca de grãos de prata, próprios da fotografia, por pixels apresenta a previsibilidade da imagem retocada: o grau aleatório dos grãos é substituído pelos minúsculos quadrados planos do pixel.

A imagem lisa, contrapõe-se à estriada em vários estratos: a primeira é sedentária, vetorizada, uma linearidade, enquanto na segunda o nômade, o acaso, e a dimensão3.

Se a beleza embriaga a visão a ponto de criar uma sensualidade da imagem, propiciando uma alienação sensorial, ao contrario o ruído rompe justamente com essa máscara, coloca a ponta de real dentro da imaginação, e permite ao observador ser sacudido de sua passividade intermitente durante a sessão de cinema. O que Eisenstein pregava com suas teorias de montagens, ou o que Brecht tentava com seu teatro, justamente abrir a linguagem à participação do observador, que criasse a medida em que a forma da obra estivesse aberta à interpretação, mesmo que para isso tivesse que ser forçado à interpretações diversas.

As antigas tecnologias, ou o *low tech*:

Quando a materialidade do filme dá lugar a transformação magnética nos anos 1970 (U-matic 1971, Betamax 1975, VHS 1976) esse se modifica em acidentes de percurso, uma vez que a materialidade da fita magnética é gasta com o tempo. Aparecem então sinais externos à gravação original. O tempo vai classificar estes acidentes, o modo de armazenamento sujeito a fungos, e sobretudo ao tempo, calor e umidade gravam na fita texturas que até então não existiam nas películas. O filme pode ser visualizado contra a luz, desse modo se percebe os arranhados próprios da exibição, da armazenagem enquanto o vídeo necessita um aparato de visibilidade, para se fazer visto. (DUBOIS, 2001, p.36)

Os pontos do vídeo, primórdios dos pixels são mais imprevisíveis, menos planos, a própria imagem é mais ruidosa, mostra estes pequenos pontos sujando a percepção como uma televisão sem antena.

A inserção dessa textura no cinema se dá a partir da própria criação do vídeo, vários cineastas utilizam a imagem precária como discurso: Godard, Fellini, Wenders, Coppola, Syberberg, Ruiz, Greenaway, só para citar alguns. Neles percebemos o ruído como textura, como estética do sujo, mas também como alteração da imagem percebida, já não fica presente a superfície, os estratos da tela são abertos ao reconhecimento do olhar às novas superfícies.

Se os cineastas mais experimentais já estavam habituados à novidade foi somente com o auge do cinema pornô que a linguagem magnética adquire a maioria e passa a ser mostrada como imagem real. O explícito penetra nos ruídos da imagem e arromba qualquer possibilidade poética.

Como a utilização do vídeo barateia os processos produtivos, as televisoras desempenharão papel de divulgação em massa da nova imagem. O ruído entra ao lar, está presente em cada aparelho televisor, que necessita uma antena no intuito de minimizar o ruído e apagar os fantasmas da imagem.

Atualmente alguns diretores regressam às baixas tecnologias na construção de um imaginário mais poético, como é o caso de Michel Gondry.

Desde seus primeiros vídeoclipes para a banda Oui Oui já se percebia essa precariedade dos recursos. Animações realizadas sem preocupar-se tanto com a estetização da informação, quase um mal feito, que a princípio mostra a falta de profissionalismo do jovem diretor estreante (com 24 anos então), mas que entrevê seu estilo futuro. Utiliza a mesma falta de acabamento em todas as suas produções posteriores. Imagens desfocadas, erros de filmagem, pensamentos e devaneios dos atores. Introduce assim o ruído, o acaso nas grandes produções do *mainstream*.

Seu "A Ciência do sonho" (2006), propõe a criação de formas com papel celofane, numa precária animação, própria do universo infantil. Ou mais recentemente "Rebobine por favor" (2008), cuja refilmagem de clássicos feita por um equipe de duas pessoas com uma câmera de VHS discute a democratização dos meios de produção, mas sobretudo a poética do precário, a inventividade no escasso. Incide no coração do cinema, a indústria que requer todo um aparato de produção para criar obras cada vez mais lisas, contra um aparato nômade, ruidoso, popular que absorve muito mais o imaginário coletivo uma vez que é produzido por qualquer um. Infelizmente o filme de Gondry chega tarde e coloca o ruído paralelo à democratização. O mundo digital nos mostra o contrário, o liso ganha espaço e a beleza do espetáculo é cada vez mais acessível a todos.

Referências

- ADORNO, Theodor. *Mínima Morália*. São Paulo: Ática, 1992.
- AMADO, Guy. O Gasoso, O Borroso e A Estetização Difusa da Contemporaneidade in *Arte e Tecnologia*. Disponível em: <<http://www.artetecnologia.com.br/reportagemnoticia.asp?id=67>> Acesso: 17 mar. 2013.
- BEY, Hakim. *TAZ. Zona Autônomas Temporárias*. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, Coleção Baderna 2001.
- CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: 1. Artes de fazer*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997
- DELEUZE, G. *A Imagem-Movimento*. São Paulo: Brasiliense, 1985 – (Cinema 1).
- DELEUZE, G. *A Imagem-tempo*. São Paulo: Brasiliense, 2007 – (Cinema 2).
- DELEUZE, G., Félix. *Mil Platôs v.1*. São Paulo: Editora 34, 2007.
- DUBOIS, Philippe. *Cinema, Vídeo, Godard*. CosacNaify 2001
- GODARD, Jean Luc. *Jean Luc Godard par Jean Luc Godard*. Paris: Belfond. 1968
- HABERMAS, Jurgen. *Teoría de la acción comunicativa*. Madrid: Taurus, 1987.
- HABERMAS, Jurgen. *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos*. Madrid: Cátedra, 1989.
- HABERMAS, Jurgen. *A Crise de Legitimação no Capitalismo Tardio*. ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1994.
- MACHADO, Arlindo. *Eisenstein, Geometria do Êxtase*. São Paulo, Brasiliense. 1983
- MACHADO, Arlindo. *Pré-cinemas & Pós-cinemas*. Campinas: Papirus. 1997
- MAFFESOLI, Michael. *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.
- MICHAUD, Y. *El Arte en el estado gaseoso. Ensayo sobre o triunfo de la estética*. Fondo Cultura Economica. Mexico, 2003
- OUBIÑA, David. *Jean-Luc Godard: El Pensamiento del Cine*. Buenos Aires: Paidós. 2003.

Consumo sustentável de moda: a relação da estética da coleção Amazon Guardians da Osklen com o paradigma do consumo de códigos e objetos de moda

Tuany Marques Miranda¹
Luciana dos Santos Duarte²

Resumo

A sustentabilidade é possivelmente a maior crítica já enfrentada pelo sistema da Moda, o qual é pautado no paradigma do Novo, isto é, da obsolescência programada associada ao consumismo de códigos e objetos. Esse trabalho tem como objetivos analisar a prática de consumo atual, suas consequências para o meio ambiente e para o homem que o habita, bem como investigar a transição para o consumo sustentável na moda. Para tanto, apresenta uma revisão de literatura sobre os tópicos supracitados e tem como estudo de caso a coleção de vestuário Amazon Guardians, da Osklen. Na especificidade da coleção estudada, conclui-se que a mesma, por meio do vetor da estética socioambiental, busca explicitar a relevância da sustentabilidade, sem, contudo, confrontar a ética de consumo implícita do próprio sistema da moda.

Palavras-chave

Sistema da moda; Moda sustentável; Consumo sustentável; Estética sustentável; Osklen.

Introdução

Antes de fenômenos como Globalização e Revolução Industrial, o mundo era um cenário estático onde a demanda de produtos era muito superior à oferta. Isso se dava pelo fato de que esses produtos eram fabricados artesanalmente, sendo que os artesãos contavam apenas com o auxílio de ferramentas simples. O mercado vinha para suprir apenas as necessidades dos consumidores.

Nessa época, deve-se ressaltar que o luxo era visto como pecado - visão tradicionalista imposta pela Igreja Católica. A *ordem* era a ideologia vigente, portanto a monotonia e a previsibilidade eram constantes no cotidiano da sociedade e a segurança era supervalorizada e vista como via para a felicidade.

1 Graduanda em Design de Moda, Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

2 Mestre em Engenharia de Produção, pela UFMG.

Com a Revolução Industrial, o sistema fabril e o Capitalismo³, a oferta de produtos começou a ultrapassar a demanda. Em pouco tempo, as máquinas foram aperfeiçoadas e o processo de fabricação ficou mais ágil e mais barato, ocasionando a produção em massa. Mas não foi só a produção em massa o responsável pelo surgimento do consumo imediatista, outros grandes colaboradores foram o marketing, a invenção da marca, da embalagem, da publicidade e o design de novos produtos.

A partir das invenções dessas novas áreas, percebeu-se que o produto em si deixou de ser o foco principal do consumidor, sendo que o foco então passou a ser a identidade sempre nova do produto. Nesse sentido, a marca é que se torna importante, é ela que se torna confiável e é ela que atribui status ao consumidor.

Para melhor suprir a mudança de hábito de consumo, surgiu então a necessidade de fabricar produtos com algum diferencial, que neste caso passou a ser o suprimento de desejos, os quais foram aguçados pelo surgimento de novas ideologias e novos valores, bem como o abandono de crenças e tradições, advindos do Renascimento Cultural (Século XVI), do Iluminismo (Século XVIII), Reforma Protestante (Século XVI), Descoberta do Novo Mundo (Século XV) e 1ª e 2ª Guerras Mundiais (LIPOVETSKY, 2007, p. 37).

Por meio do aumento da oferta de produtos, bem como do aumento do poder de compra dos consumidores, parte da população passa a possuir uma casa recheada de eletrodomésticos, roupas e os mais variados tipos de objetos. A economia que era impulsionada pela venda de produtos duráveis e funcionais necessitou de outra estratégia para continuar impulsionando o ritmo de consumo estabelecido. A estratégia que foi criada nesse sentido ficou conhecida como “obsolescência programada e percebida”. Pela obsolescência programada se estabelece um prazo para a vida útil do objeto. Após este prazo, ele simplesmente não funciona mais, devendo ser descartado. Já a obsolescência percebida é realizada através da mudança constante da aparência dos produtos. Esta ferramenta de aceleração do consumo é muito eficaz, pois os produtos passam a ser descartados muito rapidamente e faz-se necessário a compra de outro para suprir seu lugar (LEONARD, 2011, p. 174).

A sociedade que passava então por estes processos se vê em um mundo em transformação, deseja participar dessa transformação, e principalmente ser essa transformação. Nesta nova era a liberdade é supervalorizada e a desordem e a incerteza passam a vigorar. Os produtos passam a ser fabricados em larga escala com o diferencial de que agora são ofertados em uma infinidade de cores, formas e funções. O homem ainda não se preocupava com os impactos que essa fabricação intensa e esse consumo exagerado ocasionarão. Com isso o número de fábricas, produtos e depósitos de lixo aumentam.

O homem moderno passou a ser livre para levar a vida do jeito que quiser e ser quem ele quiser, possuindo o direito e também o dever de se escolher. São as escolhas que agora formarão sua identidade. Porém com o aumento da produção de produtos e a disponibilidade de escolhas fez como que o homem moderno se tornasse obsessivo pela mudança de identidade, procurando sempre ser ele mesmo e ao mesmo tempo querendo se tornar outra pessoa. O homem já não consegue exercer a propriedade de si mesmo, fato este denominado de patologia do vínculo, que relata a incapacidade do indivíduo de saber quem ele é (ERNER, 2005, p. 232).

Com a chegada do século XIX, surge o homem contemporâneo. A identidade do homem contemporâneo pode ser descrita como inconstante, fragmentada e globalizada, mudando de acordo

3 S.m. Estatuto jurídico e regime econômico de uma sociedade humana caracterizada pelo grande desenvolvimento dos meios de produção e sua operação por trabalhadores que não são proprietários dos mesmos: capitalismo de Estado, capitalismo privado. / Sistema de produção cujos fundamentos são a empresa privada e a liberdade do mercado. / Na terminologia marxista, regime econômico, político e social que procura sistematicamente a mais-valia graças à exploração dos trabalhadores pelos proprietários dos meios de produção e de troca. &151; O capitalismo liberal é o regime que realizou todo o desenvolvimento econômico até o começo do séc. XX. E continua, evoluído, a ser a base da atividade econômica dos países ocidentais. (AURÉLIO, 2013).

com o mercado e com a mídia. Nessa época e até os dias de hoje, o consumismo é uma resposta contra a insegurança e as incertezas de um mundo que está em constante mudança. Essa sociedade acaba por obrigar as pessoas à prática de atividades de consumo como comprovação de existência e pertencimento. Impedidos de consumir, muitas dessas pessoas procuram as drogas e a violência como forma de transgressão ao *status quo*.

Nessa sociedade, a ideia de luxo não é mais válida, pois o luxo de hoje é visto como a necessidade de um futuro próximo. O homem contemporâneo adota os objetos que antes não existiam nem possuíam como necessários a partir de sua criação. Alguns exemplos de objetos que antigamente eram considerados luxo e que atualmente são considerados necessidades são: celular, carro, televisão, entre outros.

O século XXI é marcado pela necessidade de suprir quereres. “Quereres”, nesse caso, significa desejos rápidos, instantâneos que representam libertação de fantasias, fantasias estas de ser outra pessoa, vestindo uma máscara que permite que se esteja no seio de uma sociedade sem realmente participar dela, de ser ator e espectador (ERNER, 2005).

O homem deste século procura na escolha de produtos a afirmação de sua identidade, porém a escolha se torna mais importante do que o objeto escolhido, fazendo com que a identidade continue em processo de mudança, não conseguindo se solidificar. Esse fato pode ser observado nas longas horas que o homem contemporâneo passa em supermercados e *shoppings centers*. Ressalta-se que essa escolha é realizada em cima de objetos e serviços que foram também antecipadamente escolhidos/selecionados (MASAGÃO, 2003).

A moda é um fenômeno que permite a exploração de várias identidades sem a exigência de comprometimento com nenhuma. O compromisso, aliás, é um dos valores perdidos com o advento da Modernidade. O homem do século XXI não conseguindo manter relacionamentos sérios (compromisso) com outras pessoas procura no momento da compra e na posse de produtos, o vínculo que não consegue ter com o seu semelhante, visto que um compromisso com um objeto não traz decepção, ressentimento ou rejeição. O ato da compra se torna via de escape para problemas e frustrações e ele também se torna passe para pertencimento a determinada classe social, promovendo o mote “compro, logo existo” (DAVIS, 2003).

O conceito de tendência⁴ surge juntamente com o fenômeno da Moda a partir do Renascimento e é por meio dela que se origina a valorização do que é novo. O consumidor contemporâneo descarta objetos e roupas em bom estado ou até mesmo novas por elas não serem tendência, não estarem “na moda”. Por meio dos objetos e roupas, o homem contemporâneo pode ser reconhecido ou ridicularizado, aceito ou excluído de determinada classe social (TREPTOW, 2007).

É nesse século em que o consumo imediatista se instala com tanta força que as suas consequências também são mais sentidas: mudanças climáticas, aquecimento global, chuva ácida, aumento do número de resíduos tóxicos, aumento da poluição de solos e rios, escassez de água, escassez de recursos não-renováveis, aumento do número de animais e plantas em extinção, desflorestamento, erosões, entre vários outros.

Tentando amenizar estes impactos, o conceito de “sustentabilidade”⁵ é criado. Através deste novo conceito não se pretende extinguir o consumo, apenas abrandá-lo e/ou passar a consumir produtos cujos fabricantes tenham uma maior preocupação com os impactos ambientais causados por estes.

4 S.f. Ação, força pela qual um corpo é levado a mover-se em direção a alguma coisa: tendência dos corpos para a terra. / Fig. Pendor, inclinação: tendência à mentira. // Psicologia Diz-se para designar certos instintos, certos impulsos do homem, especialmente na medida em que esses instintos ou impulsos são conscientemente experimentados no comportamento que determinam (AURÉLIO, 2013).

5 Definido como “o desenvolvimento que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem suas próprias necessidades” (Relatório Brundtland, 1987).

Justificativa

O consumo imediatista é um fenômeno intrínseco do sistema capitalista e fonte de agravamento dos problemas socioambientais mundiais. Como alternativa de refreamento desse fenômeno surge o conceito de Consumo Sustentável. Por consumo Sustentável entende-se a aquisição de produtos e serviços que visam diminuir ou acabar com os impactos ambientais.

A Moda, ferramenta mais eficaz utilizada para a prática do consumo imediatista, teve nos últimos anos, um direcionamento para a sustentabilidade e vem abrindo espaço para a concretização do consumo sustentável.

Portanto, faz-se necessário a análise dessa transição, sua discussão e melhoramento focando o beneficiamento do meio ambiente e a amenização das implicações psicológicas deixadas pela prática do consumo imediatista sobre o homem contemporâneo.

Objetivos

Este trabalho tem como objetivo geral a análise do sistema de consumo atual, suas consequências para o meio ambiente e para o homem que o habita. O estudo em particular do fenômeno da Moda e do seu novo direcionamento para a sustentabilidade. São objetivos específicos: investigar a transição para o consumo sustentável na moda; Estudar a viabilização do consumo sustentável por meio da Moda; Correlacionar aspectos de sustentabilidade, consumo e moda em coleção de vestuário.

Materiais e método

Os materiais utilizados para a concepção do artigo em questão foram livros, filmes e artigos científicos que tratam de assuntos relacionados ao consumo imediatista, ao consumo sustentável e à moda. Além disso, pautou-se no estudo de caso da coleção de vestuário Amazon Guardians, da Osklen.

Discussão dos resultados

Vários são os tratados e organizações mundiais que discutem sobre os impactos ambientais derivados do Sistema Capitalista e das práticas consumistas da sociedade atual. Há anos que se tem falado do uso de energias renováveis, do controle de natalidade, do consumo de produtos orgânicos, do comércio justo, da erradicação da pobreza e da fome, da redução da mortalidade infantil, dos incentivos educacionais e principalmente do consumo sustentável.

O dicionário Aurélio define a palavra Consumo como “a utilização de mercadorias e serviços para satisfação das necessidades humanas”, e a palavra Sustentável é definida como “algo capaz de se manter mais ou menos constante, ou estável, por longo período”. Pode-se dizer então que um Consumo Sustentável seria a utilização de mercadorias e serviços para a satisfação de necessidades, respeitando a geração atual e futura, no intuito de não impedi-la de que usufrua também de suas mercadorias e serviços quando chegada a hora. Como, porém, seria possível exercer a prática do consumo sustentável em uma sociedade ávida pelo consumo intenso e imediatista?

Para essa pergunta já foram analisadas várias possíveis respostas, nenhuma ainda que tenha conseguido preencher todas as lacunas abertas por este questionamento. Segundo Leite (2009), a corrente de pensamento Ecodesenvolvimentista que é baseada na Teoria do desenvolvimento sustentável e preconiza a regulamentação das atividades industriais poluidoras, de modo que se

restringam essas atividades a patamares compatíveis com a capacidade de absorção dos sistemas ou se obriguem as empresas a arcar com os custos dos danos causados, por meio do 'princípio do poluidor pagador'. O modelo a ser combatido, de acordo com essa corrente, é a tendência dos países desenvolvidos e de suas multinacionais de procurar transpor seus hábitos de consumo e suas estruturas econômicas e sociais para países pouco desenvolvidos, originando desequilíbrios. Já a corrente Pigouviana defende a ideia de que os sistemas de preços atuais não refletem os danos causados pelos impactos no meio ambiente, havendo, portanto, necessidade de internalizar esses custos. Desse modo, evita-se, de acordo com essa corrente, a otimização dos lucros, por meio da socialização dos problemas ecológicos. Outra corrente de pensamento é a Neoclássica que propõe a privatização do meio ambiente, tornando-o propriedade da sociedade, que, de alguma maneira, deve ser compensada pelos impactos ecológicos e sociais das atividades empresariais em geral (LEITE, 2009).

Todas as correntes supracitadas analisam a prática do consumo sustentável pelo olhar econômico, empresarial e governamental; as suas análises e propostas são de grande importância, mas não devem ser as únicas. A mudança que se faz necessária deve ser apoiada e norteadas pelos mercados e pelos produtores, pois sem a colaboração destes o problema não será inteiramente resolvido. Em contrapartida, sem a conscientização da população sobre os impactos produzidos pelo fenômeno do consumismo, nenhum posicionamento será efetivo.

Contrariando o sistema, a moda vem surpreendendo por estar servindo de vetor para a prática do consumo sustentável. Surge assim o termo Moda Ecológica para designar a moda que respeita o meio ambiente, que respeita seus semelhantes e que faz uso de recursos naturais, fibras naturais, fibras orgânicas, tingimento natural e da reciclagem. Essas práticas reduzem o desperdício de água, o desperdício de energia, o uso de pesticidas e herbicidas, o uso de corantes cancerígenos, o depósito de tecidos em lixões, minimiza o número de etapas de processamento, a quantidade e a toxicidade das substâncias químicas usadas e eliminadas, processos nocivos, entre outros (LEE, 2009, p. 187 a 204).

Do mercado de moda têm surgido iniciativas interessantes quanto à criação de marcas especializadas em produtos feitos com materiais orgânicos e/ou recicláveis, podendo ser citados: Natural Fashion, Patagônia, Redley, Reserva natural, entre outras (LEE, 2009, p. 218 a 224).

Eventos de moda mundiais também estão engajando-se nesse novo direcionamento, sendo possível citar como principais eventos de Moda Sustentável: *Estethica* (Londres), *Ethical Fashion Show* (Paris), *White* (Milão), *Limited Edition New York* (New York). O direcionamento sustentável é tão forte que permeia Escolas de Moda em todo o mundo, podendo ser citadas: *Central Saint Martins*, *Chelsea School of Art* e *London College of Fashion* (LEE, 2009).

Os principais tecidos utilizados na Moda Sustentável são o algodão penteado, o algodão orgânico, o algodão colorido, o liocel, o cânhamo, o linho, o bambu, o eco-PET, o reciclado, o PLA e o jeans orgânico. Os corantes utilizados são naturais, produzidos em sua maioria por plantas (garança ou ruiva e o índigo natural). Já a reciclagem é importante para a confecção de tecidos como o Eco-PET (LEE, 2009).

A Moda Ecológica, além de ser favorável para o meio ambiente, também o é para a saúde de seus consumidores. Esse cuidado está relacionado ao fato de que as roupas não-sustentáveis utilizam grande quantidade de produtos químicos tóxicos para o coração, pulmões, fígado e pele, que são causadores de câncer, dermatites e alergias. Alguns exemplos desses produtos tóxicos utilizados na indústria têxtil são o cromo, o níquel, o cobalto, o formaldeído, o pentaclorofenol, os estilbenes, entre outros (LEE, 2009).

A Moda Ecológica além de se preocupar com o consumidor de suas mercadorias, também se preocupa com a origem e qualidade dos insumos que serão utilizados para a fabricação desta. Por isso a larga utilização de plantações orgânicas (plantação sem a utilização de agrotóxicos e

pesticidas) e de criações de animais ecológicas (produção de couro e lã) (LEE, 2009).

Atualmente, cresce o número de empresas que se preocupam com o impacto de seus produtos no meio-ambiente e têm se valido de ferramentas como:

- Análise do ciclo de vida ambiental (esta avaliação mostra o impacto ambiental do produto, desde a extração das matérias-primas até sua disposição final);
- Design for recycling (que consiste em estudar o produto que vai ser criado visando reduzir seus impactos ambientais e facilitando o ciclo reverso de pós-consumo);
- Logística reversa (a empresa que disponibiliza um produto se responsabiliza pela coleta e tratamento do mesmo e de seus materiais);
- Responsabilidade Social (extensão desse conceito para toda a empresa, todos os seus parceiros de negócios, redes de fornecimento e clientes) (LEITE, 2009).

Porém de nada adianta todo esse empenho na utilização de materiais ecológicos se os trabalhadores não forem bem tratados e bem remunerados. A mídia disponibiliza vários casos de empresas famosas (ex.: Zara, Cori, Luigi Bertolli, Nike) que utilizam mão-de-obra de países subdesenvolvidos, que chegam a trabalhar em média 12 horas por dia, sem contar o número de horas extras e que recebem valores ínfimos para a realização deste trabalho. Isso, quando as empresas não utilizam mão-de-obra infantil e quando não submetem esses trabalhadores a condições subumanas, onde lhes falta até água e comida (LEE, 2009). De maneira mais ampliada, isto é, contemplando também aspectos sociais e culturais, surge posteriormente ao conceito de Moda Ecológica, o conceito de Moda Sustentável.

Como iniciativas no ramo da Moda que colaboram com práticas de consumo sustentável são citados: os brechós, as lojas de aluguel, as lojas de caridade, práticas de reuso, reaproveitamento e costura e conserto. Todas essas iniciativas permitem que a roupa ganhe uma segunda vida, reduzindo assim o gasto de energia, de água e de espaço em lixões. Ressalta-se que as roupas têm decomposição muito lenta, produzindo assim o metano, gás agravante do aquecimento global e o lixiviado que pode contaminar o solo e a água.

Um grande empecilho para a continuidade dessas iniciativas é a baixa qualidade das roupas produzidas na contemporaneidade. Essa baixa qualidade diminui o ciclo de vida das roupas, fazendo com que o sistema capitalista lucre mais em cima do produto e da necessidade da nova compra deste, que passa a ser realizada mais vezes em um curto espaço de tempo. Essa, porém, não é a proposta do consumo sustentável, ideologia que ressalta a qualidade do produto na fabricação de Moda Sustentável. A compra de uma menor quantidade de roupas quando estas são de boa qualidade é mais vantajoso do que a compra de uma maior quantidade de roupas de baixa qualidade. Essa vantagem está relacionada à economia obtida ao longo prazo e ao bem relacionado ao meio ambiente. Outra proposta seria a compra de menor quantidade de roupas e a prática de maior cuidado para com estas.

Outra proposta criada para desacelerar o consumo imediatista é o *Slow Fashion* ou moda lenta. O *Slow Fashion* surgiu em oposição ao *Fast Fashion* em um projeto da *London College of Fashion*. O conceito de *slow* representa a moda consciente, atemporal, sustentável, enfatizando a qualidade em oposição à quantidade e não privilegia o calendário oficial de lançamentos de moda.

Pesquisas relacionadas ao comportamento do consumidor atestam que estes estão mais conscientes dos problemas ecológicos decorrentes do consumismo e que além de preferir comprar produtos que apresentam responsabilidade ambiental e rótulos verdes, estes estão dispostos a pagar mais por este tipo de produto. Porém, várias empresas vêm se aproveitando desse direcionamento de mercado para se intitular “verdes” ou intitular seus produtos como “eco”, “biodegradáveis” e “verdes”, sem

realmente o serem. É preciso estar alerta e informado para saber identificar os selos, as empresas e os produtos que realmente tem um posicionamento quanto à sustentabilidade (LEITE, 2009).

Como forma de verificar as relações das práticas de consumo com a moda, pautou-se no estudo de caso da coleção Amazon Guardians da Osklen. A coleção foi apresentada no Outono Inverno 2007/2008 pela marca Osklen. Ressalta-se que esta foi a primeira marca a desfilar no São Paulo Fashion Week que apresentou uma coleção de moda brasileira sustentável. O conceito da coleção é um exército a favor da natureza, de ativistas modernos. Referido conceito foi proposto pelo projeto e-brigade (do "Instituto E"), o qual se trata de movimento de informação e sensibilização ambiental, que promove ações para disseminar uma cultura orientada para a responsabilidade individual e para o desenvolvimento sustentável do planeta, transformando conceitos em atitudes.

O estilo da coleção é o esportivo-sofisticado e teve como tendências o futurismo, os materiais ecológicos, o militar, o glam-rock/ punk-rock e os anos 40. As cores utilizadas foram o branco, o gelo, o preto, o ouro e prata, o areia, o cáqui, o vermelho neon, o turquesa, o lima, o verde militar, o café e o violeta.

A coleção apresentou ricas estampas como o camuflado, o tribal utilizando as iniciais da coleção, as penas, os cocares, as coroinhas, as pedras e pedrinhas. Os materiais e tecidos utilizados na coleção foram desde material convencional como a seda, jeans, couro, moletom, sarja de algodão, tafetá, lã fria, tela de lã, cristais Swarovski, pérolas do Taiti e chamois, ao uso de tricot, malha orgânica, madeira reciclada, lã orgânica, palha de buriti e couro de peixe.

A modelagem das roupas da coleção privilegia o conforto e o bom caimento. Além disso, também apresenta modelagem unissex, não diferenciado gêneros, sendo que um mesmo modelo o tamanho P veste o segmento feminino e os tamanhos M e G vestem o segmento masculino.

A coleção evidenciou o fato de que produtos ecologicamente corretos agregam valor em vendas e que a sustentabilidade pode andar lado a lado com o capitalismo, que tais conceitos podem se interagir e que os resultados dessa interação podem beneficiar ambos os lados. A Osklen não questiona o consumismo, pelo contrário, ela está inserida no calendário sazonal de moda, não é *slow fashion* e ainda assim conseguiu trabalhar conceitos de sustentabilidade sem deixar de lado o design/estilo de sua coleção. Na verdade os materiais ecológicos utilizados valorizaram ainda mais a coleção e a marca diante dos consumidores e da mídia em geral.

Considerações finais

O consumo imediatista e ostentatório está em contraposição às práticas socioambientais. A sustentabilidade é fator determinante para a sobrevivência da vida humana na terra, por este motivo ela deve ser supervalorizada na atualidade. Sua prática pode reverter quadros de escassez de água, escassez de recursos não-renováveis, extrema pobreza e fome, desmatamento, aquecimento global, poluição, entre outros.

Todas as áreas (econômica, social, ecológica, espacial e cultural) estão envolvidas nesse processo e devem se posicionar a esse respeito (SACHS, 1993). A Moda foi tratada em especial por este artigo pelo fato de representar tão bem a ideologia do Sistema Capitalista e atualmente estar servindo de canal de mudanças que afetarão esse mesmo sistema.

A moda tem um grande papel nesse novo direcionamento, visto que vem evidenciando a estética socioambiental de forma a explicitar a relevância da sustentabilidade, sem, contudo, confrontar a ética de consumo implícita no modelo econômico da atualidade. Como exemplo dessa prerrogativa, a coleção Amazon Guardians da Osklen questiona o consumo por meio da estética, porém ainda

vinculada à tradicional dinâmica de obsolescência programada dos códigos e objetos de moda.

Por fim, conclui-se que a roupa, através dos tempos, foi utilizada para proteger o corpo, para identificar classes econômicas e sociais, personificar, reivindicar, identificar e diferenciar, sendo também capaz de incutir novas ideologias no ser vestido e, assim, configurar-se como o meio pelo qual o equilíbrio ecológico, ambiental e antropológico-cultural acontecerá.

Referências

- BAUMAN, Zygmunt. Individualidade. In: BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro. Editora Zahar, 2001, p. 64-106.
- BIDERMAN, Rachel F. *Educação para o consumo sustentável*. In: Ciclo de Palestras sobre Meio Ambiente- Programa conheça a educação do Cibec/ Inep, 2001. Brasília. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/secad/arquivos/pdf/educacaoambiental/ciclodepalestras.pdf>> Acesso em: 09 jul. 2013.
- DAVIS, Melinda. *A Nova Cultura do Desejo: os segredos sobre o que move o comportamento humano no século XXI*. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- DE MORAES, Dijon. *Design e Complexidade*. Belo Horizonte: UEMG, 2008.
- Dicionário*. AURÉLIO SÉCULO XXI. Versão Eletrônica 3.0 de Novembro de 1999. Editora Nova Fronteira e Lexikon Informática LTDA.
- ERNER, Guillaume. *Vítimas da moda? Como a criamos, porque a seguimos*. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2005.
- FLETCHER, Kate; GROSE, Lynda. *Moda e Sustentabilidade: design para mudança*. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2011.
- KÖHLER SCHULTE, Neide; LOPES, Luciana. *Sustentabilidade ambiental: um desafio para a moda*. In: SEMINÁRIO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA DA REGIÃO SUL, 28º., 2011. Florianópolis. Disponível em: <http://www.ceart.udesc.br/ecomoda/material/lopes_schulte-sustentabilidade_ambiental.pdf> Acesso em: 09 jul. 2013.
- LEE, Matilda. *Eco Chic*. São Paulo: Larousse do Brasil, 2009.
- LEITE, Paulo Roberto. O objetivo ecológico e de sustentabilidade ambiental na logística reversa de pós-consumo. In: LEITE, Paulo Roberto. *Logística reversa: meio ambiente e competitividade*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009, p. 114-136.
- LEONARD, Annie. *A história das coisas: da natureza ao lixo, o que acontece com tudo que consumismo*. Rio de Janeiro e Zahar, 2011.
- LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo*. Local: Éditions Gallimard, 2006.
- "1,99 - Um supermercado que vende palavras". MASAGÃO, Marcelo. Brasil: 2003. 72 minutos.
- SOUSA BARROS, Izabele. *O luxo do lixo: Eco design uma nova perspectiva para a indústria da moda*. Revista Digital do IBModa. Disponível em: < <http://www.antennaweb.com.br/edicao6/artigos/artigoeco.html>> Acesso em 09 jul. 2013.
- TREPTOW, Doris. *Inventando Moda – Planejamento de Coleção*. 4. Ed. Brusque: D. Treptow, 2007.

Keep Calm and Have a Moustache

Presença e ressignificação de ícones retrô como elementos de afirmação de identidade e coesão de grupo entre adolescentes

Najla Miranda Mouchrek¹

Resumo

O artigo busca analisar a tendência de resgate e reapropriação de símbolos e imagens com referências retrô, enquanto manifestação da cultura de consumo contemporânea, especialmente entre adolescentes. A partir das reflexões de vários autores e de dados colhidos em etnografia rápida, realiza-se um estudo de caso de dois símbolos bem populares na atualidade: Keep Calm and... (imagem e texto) e Moustache (imagem). A pesquisa visa investigar os valores e atitudes subjacentes ao processo de ressignificação de símbolos e referências visuais passados enquanto meio de afirmação de identidade, estilo e diferenciação sociocultural entre jovens de 13 a 18 anos.

Palavras-chave

Reapropriação de símbolos e imagens; Estética retrô; Juventude; Identidade e estilo; Consumo.

Introdução

Nos últimos anos, observa-se uma forte tendência nas representações simbólicas de identidade e estilo entre jovens, sobretudo adolescentes: a presença de elementos nostálgicos e reapropriação de imagens e símbolos com referências retrô.

É possível encontrar essas imagens em profusão tanto nas redes sociais, sites, blogs na internet, quanto em roupas, acessórios e outros objetos de uso pessoal. Voltam à cena referências a muitos objetos e tecnologias tidos como “ultrapassados”, como discos de vinil, máquinas fotográficas analógicas, fitas cassete, máquinas de escrever, entre outros. Uma infinidade de referências a diferentes épocas estão sendo resgatadas: filtros fotográficos simulam visualmente fotos antigas; a moda das ruas traz uma clara influência retrô, recuperando e recombinao roupas, penteados, acessórios, maquiagem; várias influências musicais e culturais das últimas décadas são revisitadas.

¹ Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Design, Inovação e Sustentabilidade da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais. Graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais. Atua profissionalmente nas áreas de Design Gráfico e Comunicação Visual, Design de Interação e Desenvolvimento de Interfaces.

O artigo busca compreender essa tendência, à luz da análise de aspectos da cultura juvenil contemporânea, especialmente a relação entre imagem, consumo e construção de identidade entre os jovens.

O enfoque se dá sobre o estudo de caso de dois símbolos bem populares na atualidade: *Keep Calm and Carry On* (imagem e texto) e *Moustache* (imagem). Ambos apresentam referências retrô - o primeiro é efetivamente uma imagem criada no passado, o segundo resgata intencionalmente conceito e estética antigos. Nos dois casos, observa-se uma verdadeira febre na utilização e presença em diversos contextos juvenis (*online* e *offline*), incluindo uma linha extensa de subprodutos a partir deles - sejam imagens virtuais, sejam produtos materiais.

A partir de dados colhidos em etnografia rápida com jovens de 13 a 18 anos, investiga-se a presença, a adesão e os valores atribuídos a estes dois símbolos, buscando verificar a aplicabilidade dos conceitos apresentados pelos autores, que apontam para a compreensão deste processo de ressignificação de símbolos e referências visuais passados enquanto meio de afirmação de identidade, estilo e diferenciação sociocultural entre os jovens. Foi também realizado amplo trabalho de *desktop research*, para busca de tendências, referências de imagens e contextualização.

Para compor a análise, são explorados alguns aspectos conceituais importantes para a compreensão do cenário em questão. A seguir, apresentam-se os resultados da pesquisa de campo e as conclusões do trabalho.

A cultura da imagem

Num mundo incessantemente mediado por imagens, a visibilidade torna-se um valor que atesta legitimidade, dignidade e autenticidade às existências e experiências (MÉDOLA, ARAÚJO e BRUNO, 2007, p.13).

Em muitos aspectos, a cultura contemporânea pode ser considerada fundamentalmente uma cultura da imagem. Mais do que nunca, as imagens representam um papel central na constituição da subjetividade, dos significados percebidos e compartilhados e na própria estruturação do tecido social.

Dentre as inúmeras mudanças no seio da sociedade causadas pelas transformações tecnológicas que ocorreram desde o final do século XIX e aceleraram-se no decorrer do século XX, destacam-se: a valorização da visibilidade e comunicação através de elementos exteriores como forma básica de identificação das pessoas, em um contexto de rápido crescimento das metrópoles; e alterações nos padrões de percepção e sensibilidade das pessoas, com uma supervalorização do olhar (SEVCENKO, 2001, p.59-66). Esses fatores, associados ao interesse cada vez mais articulado de estimular novos estilos de vida baseados no capitalismo de mercado levaram à ascensão da chamada 'cultura da imagem e do consumo'.

Em sua análise da pós-modernidade, Maffesoli sustenta que vivemos atualmente um retorno vigoroso da imagem. O autor destaca a importância atual da imagem na constituição do sujeito e da sociedade. Num cenário social e cultural em que tudo deve ser visto e apresentar-se como espetáculo, nossa própria maneira de ser e pensar é perpassada pela imagem, pelo imaginário e pelo simbólico. A imagem constitui assim o 'meio, vetor, elemento primordial do vínculo social' (MAFFESOLI, 2000, p. 47).

Segundo Klein, na visão de Umberto Eco, a preeminência da imagem na atualidade é tal que os próprios modelos de conduta estão sendo deslocados pela pulsão da visibilidade: princípios de moral e ética são substituídos por uma corrida pela visibilidade midiática (ECO *apud* KLEIN, 2007, p. 81). Nesse contexto, o que se vê é o que existe, é o que se legitima e é tido como real e válido.

Ser é ser percebido

Na chamada civilização da imagem, o processo de constituição da identidade se dá enquanto uma 'negociação com as imagens do mundo' (FRANÇA, 2007, p. 47). Nesse contexto, a imagem-de-si não se constitui senão na relação - constituir a própria identidade é 'ser imagem para o outro e para o mundo', já que as identidades constroem-se nas interações sociais.

Quando olho, sou visto, logo existo. Meu olhar testemunha minha visibilidade para outro, que me devolve minha própria consistência, meu sentimento de existir. Cada um de nós está enredado em narrativas, informações, visibilidades, imagens e afetos que nos constituem 'naturalmente' (FRANÇA, 2007, p. 48).

Esse processo revela-se ainda mais significativo quando temos em vista as características psicológicas da adolescência, na qual o motor existencial mais forte do indivíduo é justamente a constituição da identidade. (ERIKSON, 1976, p. 20). É nesse estágio de desenvolvimento que se adquire uma identidade psicossocial. Há a chamada crise da adolescência: uma recapitulação e redefinição dos elementos de identidade já adquiridos. Assim, a busca do adolescente é por entender o seu papel no mundo, a partir da consciência da sua singularidade.

Teenage - a criação da juventude

O conceito de adolescência como consideramos hoje é uma invenção do século XX. Até meados do século XIX, não havia a distinção clara do período de transição da infância à idade adulta como uma fase com características e representação sócio-cultural próprias. Junto às profundas mudanças na sociedade que ocorrem a partir de então, cresce a demanda por reconhecimento da juventude como fase e grupo distintos dos demais.



Figura 1 – Referências visuais da teenage nos anos 1940 e 1950.

Fonte: www.teenagefilm.com

Ao mesmo tempo, cresceu também o interesse mercadológico em constituir um novo público consumidor. “Teenager” foi a princípio um termo de marketing utilizado nos EUA. Pela primeira vez,

jovens tornaram-se um público-alvo com rituais, direitos e exigências próprios. (SAVAGE, 2007, p. 11).

Em muitos sentidos, a juventude é tida como a época da vida em que há liberdade, rebeldia, possibilidade de expressão e diferenciação, uma fase de transição por excelência. Se por um lado, esta representação reflete desejos e demandas legítimas dos jovens, por outro ela é frequentemente apropriada pelo sistema capitalista para um crescente aumento e sofisticação do mercado de consumo juvenil.

Consumo e identidade

Na sociedade contemporânea, o jovem mostra quem é e se define socialmente pelo poder de compra e acesso. A cultura jovem apresenta-se cada vez mais conformada à lógica da sociedade de consumo: identidade e subjetividade são definidas por um padrão de sucesso social marcado pela exclusão e preconceitos (SERRÃO & BALLEIRO, 1999, p. 15; RAGGI, 2010, p. 79).

Além da chamada 'lógica do consumo', no contexto da juventude contemporânea, estão presentes também outros fenômenos típicos da pós-modernidade: contexto fluido; transitoriedade; presenteísmo; pulverização identitária, identificação ao invés de identidade; emergência de novas formas de sociabilidade superficiais baseadas em aspectos de ordem "emocional e afetual".

Nesse contexto, mais do que nunca a ambivalência da cultura juvenil se faz presente e encontra expressão através do consumo - seja de produtos, seja de imagens e símbolos, tudo o que possa conferir identidade e autenticidade.



Figura 2 – Referências visuais e atitudes da adolescência atual, expressas em produtos, roupas, penteados e acessórios.

Fonte: www.tumblr.com

A adolescência constitui naturalmente uma fase de transição e com isso é caracterizada pelo desejo da experimentar diferentes identidades e diferentes formas de viver. Nas palavras de Morin, a cultura juvenil é ambivalente, na medida em "participa da cultura de massas e ao mesmo tempo procura diferenciar-se" (MORIN, 1999, p. 139).

A partir da reflexão de Morin, Ribeiro sustenta que "os sentimentos paradoxais convivem e conflitam-se na cultura juvenil". A questão é observar em que medida esses sentimentos são "incorporados pelo sistema capitalista e retornam na forma dos mais variados produtos" (RIBEIRO, 2012, p. 5-6), reforçando as tendências do consumo exacerbado como forma de buscar solucionar as tensões identitárias próprias da adolescência.

Dessa forma, há uma profusão de produtos, entre roupas, acessórios, equipamentos eletroeletrônicos, além de objetos imagéticos que são atualmente amplamente utilizados pelos jovens como indicadores de identidade e diferenciação.

Cultura remix

Frente à crescente disponibilização de novas tecnologias de produção e difusão de imagens, vivemos hoje o que Santaella chama de “trivialização das imagens”. Estamos, em todos os campos, invadidos por um excesso de imagens, com cada vez menos carga de significado, cada vez mais banais e voláteis (SANTAELLA, 2007, p. 386-388).

Nesse contexto, a autora ressalta a presença daquilo que Manovich denominou a estética da remixabilidade. Atualmente, observa-se um processo de geração de imagens a partir de processos de apropriação, colagem e hibridização, à semelhança das práticas de sampleamento e remixagem iniciadas no campo da música no final da década de 1970. Como em outras manifestações culturais, também a imagem é regida pelos processos de hibridização cultural, que são a ‘grande tônica do presente’ (SANTAELLA, 2008, p. 43-46).

Nas palavras de Lemos, a cibercultura é regida pela remixagem, um “conjunto de práticas sociais e comunicacionais de combinações, colagens, *cut up* de informação a partir de tecnologias digitais (LEMOS, 2006, p. 52).

A estética e a lógica da *remixagem* estão presentes também nos processos de constituição de identidade entre os jovens. Couto e Rocha observam bem que “as identidades na cibercultura, *online* ou *offline*, são cada vez mais camaleônicas”. São de certa forma identidades mais ou menos inventadas, “hibrididades que permitem experimentação, invenção, redefinição e exibição de múltiplas identidades”. Os autores destacam a possibilidade da experimentação de “vários eus fluidos”. (COUTO e ROCHA, 2009, p. 26-29)

Assim, os jovens experimentam a(s) identidade(s) como um mosaico. São verdadeiras composições, a partir da coleta e recombinação de várias referências, elementos, imagens e textos que criam e recriam códigos visuais e de comportamento.



Figura 3 – Mosaico de imagens e textos em quarto de jovem.
Fonte: www.tumblr.com

Nostalgia teen

Quando observamos a tendência crescente de resgate de elementos passados e a nostalgia entre os adolescentes, é importante questionar as razões subjacentes a esta “volta ao passado”. O que a busca de estilos passados revela, que valores o passado poderia agregar às vivências dos jovens no presente? Como compreendem essas referências? Seria resgate ou reapropriação com mudança de significado?

É interessante observar a mistura de elementos de diferentes épocas, representando muitas vezes uma integração de movimentos culturais que foram antagônicos no passado e retornam como símbolos de “uma época em que as coisas pareciam melhores”. Na maioria dos casos, é nostalgia de um tempo um pouco indeterminado, “saudades do que não vivi” de um passado muitas vezes idealizado.

Frente às angústias do presente e à indeterminação do futuro, o passado surge como uma espécie de “porto seguro”. Para Hutcheon, “é o distanciamento do passado que purifica a realidade do que ele realmente foi e faz com que pareça estável, coerente e a salvo das complicações do presente.” (HUTCHEON, 1998, s.n.)



Figura 4 – Montagem de imagens com inspiração nostálgica em blogs adolescentes.

Fonte: www.tumblr.com

Reconhece-se também na onda de resgate e reapropriação de símbolos do passado uma ânsia por autenticidade cultural, por estilo - um desejo de recuperar algo que seria mais “verdadeiro”. Ao mesmo tempo, há uma pulsão de consumir esses símbolos e imagens, pois essa busca se insere na lógica contemporânea do consumo. Embora o jovem admire e resgate elementos, esse processo não leva necessariamente a estilos de vida integrais e coerentes com os símbolos e ideologias que evocam – é muito mais um processo de fragmentação e bricolagem.

A pesquisa

Realizou-se uma pesquisa etnográfica rápida, com 20 jovens entre 13 e 18 anos, residentes em Belo Horizonte - MG e estudantes em escolas particulares (abril de 2013). Foram apresentadas duas imagens: ‘Keep Calm and Carry on’ (imagem e texto) e ‘Moustache’ (imagem), uma de cada vez, e feitas

algumas perguntas sobre conhecimento, compreensão da origem e significado, adesão à utilização dos símbolos em redes sociais e em adereços corporais e os valores identificados em cada um deles.

Apresentamos a seguir a origem e significado originais de cada símbolo e os resultados da pesquisa com os jovens.

1. 'KEEP CALM AND CARRY ON'

O primeiro elemento visual abordado foi “*Keep calm and carry on*”, composto de imagem e texto, conforme pode ser visualizado na figura abaixo:

The questionnaire interface consists of a red poster image on the left and a form on the right. The poster features a crown at the top, followed by the text "KEEP CALM AND CARRY ON" in white capital letters on a red background. The form contains the following questions and options:

- Question 1: "Você conhece essa imagem?" (Do you know this image?). Options: ☐ SIM (Yes), ☐ NÃO (No).
- Question 2: "Na sua opinião, este é um símbolo?" (In your opinion, is this a symbol?). Options: ☐ Antigo (Old), ☐ Novo (New).
- Question 3: "Você sabe a origem e o significado dele? Qual?" (Do you know the origin and meaning of it? Which?). A text input field is provided.
- Question 4: "Você usa ou usaria algum adereço com este símbolo? (ex. roupas, acessórios, etc)?" (Do you use or would you use any accessory with this symbol? (e.g., clothes, accessories, etc)). Options: ☐ SIM (Yes), ☐ NÃO (No).
- Question 5: "Você utiliza ou utilizaria este símbolo nas redes sociais?" (Do you use or would you use this symbol on social media?). Options: ☐ SIM (Yes), ☐ NÃO (No).
- Question 6: "Pra mim, este símbolo tem a ver com..., (marque quantas quiser)?" (For me, this symbol has to do with..., (mark as many as you want)). A list of checkboxes is provided: Saúde (Health), Trabalho (Work), Determinação (Determination), Imaginação (Imagination), Engajamento social (Social engagement), Obedecer (Obey), Sentido de humor (Sense of humor), Cuidado (Care), Divertir-se (Have fun), Estilo (Style), Ousadia (Daring), Originalidade (Originality), Descansar (Rest), Auto-estima (Self-esteem), Estudar (Study), Responsabilidade (Responsibility), Identidade (Identity), and Segurança (Security).

Figura 5 – Imagem da primeira parte do questionário apresentado aos jovens

Fonte: MOUCHREK, N.

“*Keep calm and carry on*” foi o terceiro de uma série de 3 pôsteres motivacionais elaborados por Ministério da Informação Britânico na iminência da Segunda Guerra Mundial. O objetivo era elevar o moral do povo, transmitindo mensagens de encorajamento do Rei George VI. Os primeiros dois pôsteres, “*Your Courage, Your Cheerfulness, Your Resolution will Bring Us Victory*” e “*Freedom is in Peril*”, foram amplamente impressos e distribuídos. O terceiro, preparado para ser veiculado apenas em caso de invasão de Londres pelas tropas inimigas, foi impresso em grande quantidade, mas jamais distribuído².

2 Cf. <<http://www.keepcalm-o-matic.co.uk/guide-to-keep-calm/>> e <<http://www.keepcalmandcarryon.com/history/>>



Figura 6 – Imagem de série de pôsteres motivacionais desenvolvida pelo Ministério da Informação Britânico em 1939.

Fonte: <http://www.keepcalmandcarryon.com/history/>

Os elementos principais de significação - a presença da coroa real e a mensagem de encorajamento (“fique calmo e aguente firme”) denotam um certo ar de dignidade e força moral e transmitem solidez e resiliência às pessoas, em face de ameaça à segurança básica cotidiana da população.

Recentemente, o pôster obteve destaque a partir de 2000, quando Stuart e Mary Manley, donos da livraria Barter Books em Northumberland (norte da Inglaterra) encontraram uma das raras cópias original do pôster. Emolduraram e colocaram na parede da loja - logo vários clientes interessaram-se e eles começaram a vender cópias.

A linguagem visual simples e impactante do pôster atraiu muita atenção e em pouco tempo ele se tornou mundialmente famoso, mencionado nos meios de comunicação e afixado nos mais diferentes lugares.

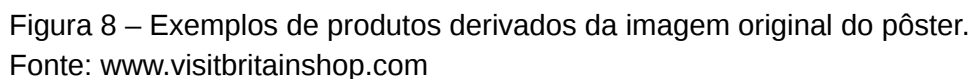
Criou-se particularmente uma febre na internet, onde além da veiculação intensa da imagem original, há também toda uma ‘indústria’ de recriação do poster, com inúmeras variações do texto e imagem originais.



Figura 7 – Exemplos de variações do pôster veiculados nas redes sociais.

Fonte: www.keepcalm-o-matic.co.uk

Além disso, há no mercado um grande número de produtos dos mais diversos tipos com a linguagem icônica do “Keep Calm”: camisetas, tênis, capas para celular, bijouterias, chapéus, cadernos, entre outros, além de objetos para casa, escritório etc). São muito utilizados, sobretudo entre os jovens.



A lista abaixo apresenta os resultados obtidos em relação ao primeiro elemento:

- Há grande conhecimento e adesão ao símbolo. É interessante verificar que há confusão quanto ao símbolo ser novo ou antigo. Ainda que 85% dos entrevistados tenham explicado de maneira satisfatória a origem e o significado originais, apenas 55% disseram achar que é um símbolo antigo. Esta contradição aponta claramente o significado híbrido que o símbolo tomou atualmente: de fato ele é antigo, na medida em que veio de um pôster criado originalmente nos anos 1930, mas também é novo, na medida em que foi reapropriado a partir de elementos culturais atuais e seu sentido parece ter sido bastante transformado nesse processo de ressignificação.

- DETERMINAÇÃO
- ESTILO
- SENSO DE HUMOR
- AUTOESTIMA
- IMAGINAÇÃO

www.seminariodeimagemeduema.blogspot.com.br

- ‘Determinação’ pode fazer alguma alusão à força moral que o pôster exortava, mas toma agora outra conotação, mais ligada ao comportamento individual e a características de personalidade frente aos desafios atuais (atomização dos indivíduos, mentalidade do ‘salve-se quem puder’ e do ‘só vence quem se esforça e se destaca’, desfuturização etc)
- ‘Estilo’ talvez seja inspirado pela imagem da coroa real, que confere distinção e nobreza - não mais atribuída ao monarca que ‘assina’ a comunicação ao povo, mas ao próprio indivíduo que se tornou agora o emissor da mensagem. Este sentido fica bastante claro quando vemos a ampla utilização em roupas e acessórios e também em um dos exemplos de variação observados: “*Keep calm and be a princess*”. Assim, o símbolo é reapropriado também como ícone *fashion*, indicador de estilo e moda.
- Dos dois fatores anteriores, parece derivar também o sentido de ‘Auto-estima’, aparentemente bastante distanciado do sentido original do pôster.
- Interessante verificar a presença de outros dois valores que caracterizam fortemente a utilização atual do símbolo e não tem absolutamente nenhuma ligação com o sentido original: ‘Senso de humor’ e ‘imaginação’.

2. MOUSTACHE

O segundo elemento visual abordado foi “*Moustache*”, composto apenas de imagem, conforme pode ser visualizado na figura abaixo:

Você conhece esse símbolo? *

☐ SIM ☐ NÃO

Na sua opinião, este é um símbolo? *

☐ Antigo ☐ Novo

Você sabe a origem e o significado dele? Qual? *

Você usa ou usaria algum adereço com este símbolo? (ex. roupas, acessórios, etc) *

☐ SIM ☐ NÃO

Você utiliza ou utilizaria este símbolo nas redes sociais? *

☐ SIM ☐ NÃO

Pra mim, este símbolo tem a ver com... (marque quantas quiser) *

☐ Saúde	☐ Senso de humor	☐ Descansar
☐ Trabalho	☐ Cuidado	☐ Auto-estima
☐ Determinação	☐ Divertir-se	☐ Estudar
☐ Imaginação	☐ Estilo	☐ Responsabilidade
☐ Engajamento social	☐ Ousadia	☐ Identidade
☐ Obedecer	☐ Originalidade	☐ Segurança
☐ Outros		

Figura 9 – Imagem da segunda parte do questionário apresentado aos jovens
Fonte: MOUCHREK, N.

Acredita-se que a atual febre de utilização do bigode foi iniciada a partir de uma tendência *hipster* (uma subcultura de jovens adultos urbanos e de classe média surgida a partir dos anos 1990), de brincar com a utilização de bigodes falsos para ironizar ideias convencionais de moda e estilo (*fake moustache trend*). Como parte desta onda, houve popularização da moda a partir da difusão de um movimento

chamado Movember - palavra que faz referência a *moustache* (bigode) e *november* (novembro).

É um evento anual em que os homens são convidados a deixar crescer o bigode durante o mês de novembro, com o objetivo de aumentar a conscientização e levantar fundos para a luta contra o câncer de próstata e outras doenças masculinas. Entre várias ações, é realizado também um *check-up* nos participantes do evento. Foi criado em 2004 pela Movember Foundation, sediada na Austrália e Nova Zelândia e encontra-se atualmente difundido em vários países. Em 2012, a instituição foi listada como uma das 100 maiores organizações não-governamentais no mundo³.

Há no movimento uma clara inspiração retrô, o que pode facilmente verificado no site da iniciativa⁴. Toda a iconografia e tipografia utilizadas são antigas e o próprio conceito de masculinidade evocado faz referência à presença e força do chamado “homem tradicional”. Portanto, embora o símbolo *Moustache* tenha sido criado e proposto na atualidade, ele é de fato um símbolo retrô, na medida em que deliberadamente busca referência antiga como índice de valores tradicionais (no caso, a masculinidade).



Figura 10 – Imagens de campanha Movember

Fonte: <<http://au.movember.com>>.com e outros.

Há atualmente uma grande difusão do símbolo. Tendo começado com desenhos de bigodes falsos colocados sobre os lábios, a tendência foi muito além: há caneca de cafés, bijouterias, camisetas, capas para celular e notebooks, vários outros itens de moda, utilizados principalmente pelas meninas. Também nas redes sociais, especialmente em blogs e microblogs juvenis, há uma profusão de imagens com variações do bigode.

Como reflexo da grande popularização, este recebeu vários nomes e apelidos, em inglês e português: *moustache*, *stache*, *tache*, *tash*, *mo*, *bigodón*, *bigoda*...

3 Cf. <<http://en.wikipedia.org/wiki/Movember> e <http://au.movember.com/about/>>

4 <http://au.movember.com/about/>>



Figura 11 – Exemplos de utilização do moustache em vários produtos.
Fontes: <www.tumblr.com> e <http://weheartit.com>

Resultados

A tabela abaixo apresenta os resultados obtidos em relação ao segundo elemento:

- **100%** conhecem.
- **45%** acham que é antigo.
- **5%** sabem aproximadamente a origem/significado
- **80%** usam/usariam nas redes sociais
- **55%** usam/usariam como acessório

Verifica-se apesar da popularidade, um grande desconhecimento da origem e possíveis significados originais do símbolo. Mais uma vez, não fica claro para o jovem se o símbolo é antigo ou novo - no caso, é uma proposição atual, que intencionalmente resgata o passado. Embora 80% aderem à utilização nas redes sociais, apenas 55% o fazem quanto a acessórios e adereços corporais - este público corresponde a 100% das jovens do sexo feminino e a 0% dos jovens do sexo masculino. É curioso constatar que um símbolo que remeteria diretamente à masculinidade está sendo utilizado sobretudo pelas meninas.

Entre os principais valores associados ao símbolo, figuram:

- **ESTILO**
- **DIVERTIR-SE**
- **SENSO DE HUMOR**
- **IDENTIDADE**
- **IMAGINAÇÃO**

De forma mais clara do que no caso anterior, a utilização do *moustache* parece estar bastante descolada de seu sentido original, tendo tomado muito mais um caráter irônico, brincalhão e de tendência de moda. Todos os valores associados falam de um mesmo processo de identificação

ligados ao humor e criatividade. Percebe-se na brincadeira com os gêneros e com a mistura de estilos antigo e novo a irreverência própria da juventude e a busca de hibridação de identidades que mencionamos anteriormente.

Conclusão

Conclui-se que, em relação às duas referências imagéticas abordadas, a pesquisa confirmou as análises realizadas a partir da revisão bibliográfica. Reforça-se a ideia de que a tendência de resgate e reapropriação de símbolos e imagens com referências retrô entre os jovens é uma manifestação da cultura de consumo contemporânea, enquanto meio de afirmação de identidade, estilo e diferenciação sociocultural.

Em meio ao processo contemporâneo de esvaziamento de sentido e trivialização de imagens e de identidades, o jovem busca autenticidade, distinção, segurança, valores, estilo. Os significados e referências originais dos símbolos são resgatados e tomam novos sentidos frente aos contextos e demandas contemporâneos.

Assim, o jovem reapropria, remixa e ressimboliza as imagens e referências passadas, atribuindo novos significados em diferentes composições, inventando e reinventando sua própria identidade no presente.

Referências

- CAMPBELL, Colin. Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno. In: BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin. *Cultura, Consumo e Identidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.p. 47 a 64.
- COUTO, Edvaldo S.; ROCHA, Telma B.; Identidades contemporâneas: a experimentação de 'eus' no Orkut. In: COUTO, E.S.; ROCHA, R.B. (orgs). *A vida no Orkut: narrativas e aprendizagens nas redes sociais*. 9 ed. Petrópolis, RJ: Ed. Vozes, 2009
- ECO, Umberto. Entrevista. In: C. David et al. *Entrevistas sobre o Fim dos Tempos*. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.
- ERIKSON, Erik H. *Identidade: Juventude e crise*. 2 ed., Rio de Janeiro: Zahar, 1976.
- FRANÇA, Andréa. Ser imagem para outro. In: MÉDOLA, Ana S.; ARAÚJO, Denize; BRUNO, Fernanda. *Imagem, visibilidade e cultura midiática*. Livro da XV Compós. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- HUTCHEON, Linda. *Irony, nostalgia and the postmodern*. University of Toronto English Library, 1998. Disponível em: <http://www.library.utoronto.ca/utel/criticism/hutchinp.html>. Acesso em 24 de maio de 2013.
- KLEIN, Alberto, Cultura da visibilidade: Entre a profundidade das imagens e a superfície dos corpos. In: MÉDOLA, Ana S.; ARAÚJO, Denize; BRUNO, Fernanda. *Imagem, visibilidade e cultura midiática*. Livro da XV Compós. 1ª Ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- LEMO, André. Ciber-cultura-remix. In: ARAUJO, Denize Correa (Org.). *Imagem (ir)realidade: comunicação e cibernética*. Porto Alegre: Sulina, 2006a. p. 52-65.
- MAFFESOLI, Michel. Mediações simbólicas: a imagem como vínculo social. In: *Para navegar no século XXI*. Org. Francisco Menezes Martins e Juremir Machado da Silva. Porto Alegre: Sulina/EDIPUCRS, 2000, 2 ed.
- MÉDOLA, Ana S.; ARAÚJO, Denize; BRUNO, Fernanda. Apresentação. In: *Imagem, visibilidade e cultura midiática*. Livro da XV Compós. 1ª Ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX: necrose*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1999.
- RAGGI, Nathália. Juventudes na contemporaneidade: identidades, identificações, nomadismos. In: *Rev. Bras. Adolescência e Conflitualidade*, 2010 (0): 78-93. Disponível em [http://periodicos.homologa.uniban.br/index.php/RBAC/article/view File/108/87](http://periodicos.homologa.uniban.br/index.php/RBAC/article/view/File/108/87) . Acesso em 7 de junho de 2012.
- RIBEIRO, Rita Aparecida da C. Do high tech ao retrô: a ambiguidade define o consumo adolescente no século XXI. In: II SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EM CONSUMO, 2012. São Paulo. *Anais*. Disponível em:

<http://siepconsumo.com.br/2012/anais.html>. Acesso em 24 de maio de 2013.

SAVAGE, Jon. *A criação da juventude. Como o conceito de teenage revolucionou o século XX*. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.

SANTAELLA, Lucia. A estética das linguagens líquidas. IN: ARANTES, Priscila. SANTAELLA, Lucia (orgs.). *Estéticas tecnológicas: novos modos de sentir*. São Paulo: Educ, 2008.

SANTAELLA, Lucia. *Linguagens líquidas na era da mobilidade*. São Paulo: Paulus, 2007.

SERRÃO, Margarida e BALEEIRO, Maria Clarice. *Aprendendo a ser e a conviver*. São Paulo: FDT, 1999.

SEVCENKO, Nicolau. *A corrida para o século XXI: noloop da montanha russa*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

Sites pesquisados - referências de imagens e contextualização

Desktop research realizado entre 10 de março e 17 de junho de 2013

<http://4.bp.blogspot.com/>
<http://au.movember.com/about/>
<http://diariomidiatico.wordpress.com/2012/02/15/169/>
<http://dontcrybuyabag.wordpress.com/2012/08/02/bigode-o-verdadeiro-significado-dessa-moda/>
http://en.wikipedia.org/wiki/Handlebar_moustache
<http://global-chica.hubpages.com/hub/The-Mustache-Trend>
<http://keepcalmby.blogspot.com.br/2012/11/keep-calm-and-grow-mustache.html>
<http://meetsobsession.com>
<http://teen-world-babi.blogspot.com.br/2012/07/inspiracao-bigodes.html>
<http://www.b2agencia.com.br/blog/index.php/2011/06/09/jovens-retro/>
http://www.barterbooks.co.uk/catalog/product_info.php?products_id=32036
<http://www.dailymail.co.uk/news/article-2105518/Keep-calm-carry-Only-surviving-stash-original-iconic-poster-appears-Antiques-Roadshow.html#ixzz1oMO2BFNH>
<http://www.keepcalmandcarryon.com/history/>
<http://www.keepcalm-o-matic.co.uk/guide-to-keep-calm/>
<http://www.videmusicteen.com/2012/08/um-pouco-sobre-moda-moustache.html>
www.keepcalm-o-matic.co.uk
www.thetelegraph.co.uk
www.viegraphique.com

Várias páginas pessoais nas plataformas:

<http://weheartit.com>
<http://www.picstopin.com/>
<http://www.tumblr.com/>

Revendo a história: imagem e som gestão do acervo documental recolhido no Centro de Estudos em Design da Imagem da Escola de Design

Marcelina das Graças de Almeida¹
Luana de Oliveira Guimarães Rocha²
Vanessa Cardoso Vilaça³

Resumo

Considerando-se a importância da preservação da história da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais, ED/UEMG, foi criado o Arquivo de Som e Imagem, ASI, que teve seu início em 2009. No ano de 2011 suas atividades foram reativas e desde então, um rico acervo, constituído por documentos escritos, sonoros gravados em mídias diversas retratam a relevância da criação de políticas de proteção e conservação da memória institucional. Nele objetiva-se Coletar, identificar, armazenar e disponibilizar o acervo documental produzido pelo corpo docente e discente da Escola de Design, estimulando a compreensão acerca da preservação da memória e estimulando iniciativas de pesquisa e investigação.

Palavras-chave

Arquivo; Escola de Design; preservação; disponibilização.

Introdução

O presente artigo tem como objetivo apresentar o ASI – Arquivo de som e imagem, que desde 2009 está vinculado ao Centro de Estudos em Design da Imagem, da Escola de Design, da Universidade do Estado de Minas Gerais. Após passar por um hiato, voltou a entrar em atividade no ano de 2011 e se mantém em atividade ainda no ano atual, com objetivo de crescer tanto em quantidade de materiais arquivados quanto em divulgação.

O projeto vem recebendo financiamento, através da concessão de bolsa de iniciação científica pela FAPEMIG-Fundação de Amparo a Pesquisa do Estado de Minas Gerais e Programa Institucional de Apoio à Pesquisa, PIBIC/UEMG/PAPq. O propósito fundamental consiste em recolher, salvaguardar e divulgar a memória da Escola de Design, memória que é contada através de documentos textuais, trabalhos práticos, fotografias, processos de produção de trabalhos, imagens em movimento entre outras muitas formas.

1 Orientadora, Professora Doutora Escola de Design – Universidade do Estado de Minas Gerais.

2 Graduanda; Escola de Design, Universidade do Estado de Minas Gerais.

3 Graduanda; Escola de Design - Universidade do Estado de Minas Gerais.

A memória e a construção do design

A memória é importante na construção de identidade do ser humano e quem guarda suas lembranças e as utilizam de algum modo, está escrevendo e gravando sua história, deforma a registrar eventos e impressões vividas. É necessário que formas de proteção sejam criadas para a conservação dos bens materiais, imateriais e simbólicos desenvolvidos e presentes na sociedade. A salvaguarda da memória deve representar um direito comum permitindo acesso de todos.

A identidade é algo que pode ser transformado ou traduzido através do design. Segundo Forty.(2007, p 12),

Longe de ser uma atividade artística neutra e inofensiva, o design, por sua própria natureza, provoca efeitos muito mais duradouros do que os produtos efêmeros da mídia porque pode dar formas tangíveis e permanentes às ideias sobre quem somos e como nos devemos comportar.

Através da memória, os comportamentos intrínsecos na sociedade são revelados e podem ser mais bem estudados. A partir disso as necessidades são entendidas e supridas de forma mais eficiente. Dessa forma percebe-se a memória como fundamental na constituição das formas de comunicações, e compartilhamento de informações na humanidade, sendo assim condição intrínseca nas relações de sociedade.

Quando o design é estudado observando a memória do trabalho e/ou objeto, ele guarda valores de uma sociedade, que apesar de um pouco diferente dos atuais, são de extrema importância para a produção do design contemporâneo.

Além desse rumo para o design que a memória pode conceder, há ainda a valorização do mesmo, usado como referencial e muitas vezes até como temática de projetos gráficos, de produto, de ambientes, de moda entre outros.

Prova disso é uma das coleções de Ronaldo Fraga⁴, no desfile “Pina Bausch”, onde o conjunto foi feito “em memória” à coreógrafa, ou seja, o estilista usou de uma produção anterior, não só como referência, mas como tema do seu trabalho, entendendo assim a importância de um momento anterior.

Outra forma de utilização da memória que pode servir ao design é a do fazer. Desde as formas de artesanato ensinadas de geração em geração, passando por metodologias em constantes mudanças, mas que voltam às origens para aprimoramento, até mesmo muito dos modos e processos resgatados de outras épocas, como de impressão de cartazes, modelagem de roupas, modelagem com maquetes ou desenhos manuais. Apesar dos avanços tecnológicos, são muitos os adeptos a buscar no passado formas diferentes para a produção criativa.

Os processos que são salvaguardados no ASI - Arquivo de Som e Imagem são de real importância para estudar e entender a história da Universidade e também do design produzido nela. Com os trabalhos e a preservação desses processos, pode-se entender a evolução da construção do design e os variados pensamentos e metodologias que designers de épocas diferentes usavam para produzir seus projetos.

Constrói-se então, com materiais diversos de profissionais de domínios diferentes e trabalhos dos mais variados tipos, um suporte para que os estudantes de design que têm acesso a esse acervo possam buscar um referencial criativo tanto de pensamentos e ideias quanto de processo de produção do design.

A criação de arquivos, bibliotecas, museus, cemitérios, e também a construção de monumentos celebrativos, objetiva em de preservar e conservar a memória social e a memória coletiva. Sendo igualmente a proposta que norteia e justifica a consolidação do ASI – Arquivo de Som e Imagem,

⁴ Estilista brasileiro, graduado em estilismo pela Universidade Federal de Minas Gerais, estudou na Parson's School, em Nova York.

sediado no Centro de Estudos em Design da Imagem na Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais.

Histórico do ASI

Em 2009 o ASI (Arquivo de Som e Imagem) foi criado a partir de uma ideia da docente Rose Portugal⁵, que guardava documentos e trabalhos de alunos, afim de algum dia poder reuni-los em um acervo. Através do pesquisador Alessandro Ferreira Costa⁶, especializado em arquivologia, o projeto foi escrito e sua primeira fase concretizada contando com o apoio de uma bolsista de Iniciação Científica. No primeiro catálogo do projeto Alessandro descreve esse momento inicial da seguinte forma:

[...] Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais - ED/UEMG, uma das mais tradicionais unidades de ensino em design do país, por meio do projeto de iniciação científica Revendo a história: imagem e som - gestão do acervo documental recolhido no centro de estudos em design da imagem da escola de design (ED/UEMG), vinculado ao projeto de pesquisa & desenvolvimento Pelos rastros da história: arquivo de som e imagem da escola de design - ASI/ED, desenvolvido pelo Prof. Dr. Alessandro Ferreira Costa junto ao Centro de Estudos em Design da Imagem; apresenta a consolidação da primeira fase de implantação do ASI (Arquivo de Som e Imagem), especialista na gestão de documentos intimamente relacionados à prática do design em todas suas vertentes. Com apoio da FAPEMIG, essa primeira etapa da pesquisa objetivou catalogar e descrever massa documental guardada nas dependências do Centro de Estudos em Design da Imagem, possibilitando arranjo adequado do acervo e sua conseqüente preservação em espaço apropriado. Ainda, estabeleceu instrumento de pesquisa que viabilizasse acesso a esses documentos enquanto fonte privilegiada de informação e conhecimento, disponibilizados a amplo perfil de usuários, compostos por alunos de graduação e pós-graduação, professores, pesquisadores e a todos que se faça necessário ou desejoso o contato com o acervo visual e audiovisual da ED/UEMG, formado por materiais os mais variados, como películas cinematográficas, VHS, fitas magnéticas de áudio, ampliações fotográficas, impressos, dentre outros. (COSTA e SILVA, 2009, p.6)

Na primeira fase do projeto os documentos foram recolhidos em uma sala própria dentro do Centro de Design da Imagem, analisados, descritos e identificados. Foi criado pelo professor um código sequencial específico, para a organização e catalogação dos documentos, detalhando séries e subséries onde os documentos, que são de diversas naturezas, seriam colocados. O armazenamento desse material começou a ser estudado e feito da melhor maneira encontrada, e no fim desse período foi gerado um catálogo com os códigos dos documentos já salvaguardados. No ano de 2010, em decorrência de modificações no quadro de profissionais que integravam a equipe que iniciou a implantação do projeto, houve uma suspensão das atividades.

O ASI é um acervo especializado em Imagem e Som, e dentre os documentos catalogados encontram-se fitas de vídeo - produzidas por alunos ou com eventos importantes da Escola de Design- documentos históricos, fichas e trabalhos de conclusão de curso de alunos da graduação, pós e mestrado, cartazes e impressos da faculdade, fotografias dentre muitos outros. Esse arquivo é o primeiro desse tipo da UEMG e um dos únicos na cidade de Belo Horizonte.

Em 2011 o projeto foi retomado, apresentando à FAPEMIG um novo olhar sobre o acervo e propondo a inserção e divulgação através de novas tecnologias. Com voluntário e bolsista foram

5 Especialização em CINEMA pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Brasil (2001) Professora / Coord. Centro de Design da Imagem da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais, Brasil.

6 Professor da Escola de Ciência da Informação, Departamento de Teoria e Gestão da Informação da Universidade Federal de Minas Gerais, ex-professor da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais.

retomadas as atividades e a organização do arquivo, e criou-se a Hemeroteca (acervo de recortes de jornais e revistas), onde um material que o catálogo anterior não abrangia e corria risco de descarte foi entendido como de grande valor e inserido no contexto de salvaguarda.

Muitos recortes com informações importantes foram catalogados e inclusive já utilizados em pesquisas científicas depois desse arquivamento, que foi feito de forma separada dos outros documentos, com uma ficha própria para identificação e catalogação dos recortes, conforme ilustra a figura 1.

		HEMEROTECA - ASI	
ASSUNTO:		VEÍCULO:	
CADERNO:	COLUNA:	PÁGINA:	DATA:

Figura 1 - Ficha modelo para Hemeroteca

Fonte: Arquivo de Som e Imagem /Centro de Estudos em Design da Imagem/ UEMG

Nesse ano a hemeroteca apresentou um total de 375 (trezentos e setenta e cinco) recortes organizados, compreendendo um período histórico entre os anos de 1976 e 2009.

No acervo propriamente dito foi mapeado e organizado um total de 251 (duzentos e cinquenta e um) documentos, sendo: 113 (cento e treze) projetos de graduação e 138 (cento e trinta e oito) documentos históricos relacionados com a Escola de Design/FUMA/ESAP e a UEMG⁷. Para organização são utilizadas fichas de identificação conforme a figura 2.

TÍTULO:
NOTAÇÃO:
SÉRIE: SUBSÉRIE:
AUTOR:
ORIENTADOR/TUTOR:
DATA:
ASSUNTO:
DESCRIPTORIOS:

Figura 2 - Modelo de ficha de identificação de acervo

Fonte: Arquivo de Som e Imagem, Centro de Estudos em Design da Imagem, Escola de Design/UEMG.

Foi organizado nesse período pela docente Marcelina das Graças de Almeida⁸ o I Colóquio sobre Memória Institucional da UEMG em parceria com a Profa. Walmira Costa⁹ docente da Escola Guignard/UEMG, em junho de 2011, como parte das atividades acadêmicas da SEMANA UEMG. Houve discussão sobre a importância da preservação da história institucional e da possibilidade de se criar um centro de documentação e memória da universidade em conjunto. E o projeto foi

⁷ FUMA- Fundação Mineira de Arte, ESAP – Escola Superior de Artes Plásticas e UEMG – Universidade do Estado de Minas Gerais.

⁸ Docente na Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais, PPGD e coordenadora do ASI- Arquivo de Som e Imagem.

⁹ Docente na Escola Guignard da Universidade do Estado de Minas Gerais.

apresentado ainda no 13º Seminário de Pesquisa e Extensão da Universidade do Estado de Minas Gerais pela bolsista e pela voluntária.

No ano de 2012 foram aprovadas duas bolsas de iniciação científica e as atividades do ASI prosseguiram. Foi iniciada a transferência de mídia e 55 (cinquenta e cinco) fitas VHS foram transferidas para suporte digital, além da catalogação de mais 05 (cinco). Foram catalogados 570 (quinhentos e setenta) projetos de graduação; 04 (quatro) projetos de pós-graduação; 23 (vinte e três) documentos históricos; 03 (três) impressos gráficos e 176 (cento e setenta e seis) matérias para a hemeroteca. Iniciou-se, igualmente, a seleção, e catalogação do acervo fotográfico, totalizando, até então, 602 (seiscentos e duas) imagens catalogadas.

Ainda nesse período organizou-se um caderno de consultas para o monitoramento da utilização dos documentos, quem os utiliza e para que fins; e foram feitas regras de utilização tratando de como os documentos devem ser manuseados. Dentre os resultados a essas consultas estão, por exemplo, a contribuição para um projeto de pesquisa de iniciação científica, realizado pela bolsista Isabela Pontello Bahia, intitulado “Personagens e Obras - uma investigação acerca da história do design em Minas Gerais”, bem como a realização de uma exposição com os projetos e graduação do curso de Design Gráfico realizada pelo professor Breno Pessoa¹⁰.

No início do ano de 2013 o ASI continua suas atividades continuam e atualmente conta novamente com a orientação de Marcelina das Graças de Almeida e uma bolsista, mantendo o mesmo esquema de trabalho.

Participação em eventos no período da bolsa

14º Seminário de Pesquisa e Extensão da Universidade do Estado de Minas Gerais

No seminário da Universidade, que ocorreu entre os dias 5 a 7 de novembro foram apresentados todos os projetos de pesquisa e extensão que acontecem na instituição, e o ASI apresentou banners confeccionados pelas duas bolsistas naquela ocasião. O material ficou exposto e houve uma avaliação de docentes, além de discussão aberta com os visitantes do espaço e com outros bolsistas que tinham temas de estudo parecidos, o que foi uma experiência rica para o projeto.

Primeiro Encontro de Pesquisa em História da UFMG

O encontro aconteceu entre 23 a 25 de maio e em reflexões e apresentações de diversos acervos de temas e lugares diferentes o ASI foi apresentado, e era o único arquivo que não era tratado apenas por estudiosos da área de história. Uma das discussões abertas foi o porquê de designers se interessarem por memória.

Esse seminário foi de grande proveito para o projeto, pois além da discussão dos temas, foram vistos projetos com recursos diferentes, e as formas como cada acervo usa para driblar as dificuldades encontradas.

4Th International Forum of Design – Escola Guignard/ UEMG

Entre 19 a 22 de setembro aconteceu o Fórum Internacional de Design, que teve como tema “Design como processo”, o ASI foi apresentado e os aspectos de processo foram discutidos. Foi

¹⁰ Docente da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais.

explanada por representantes da mesa a importância de projetos como o do acervo.

Encontro Regional de Estudantes de Design de São Paulo – R LAB

Nesse encontro, que aconteceu de 15 a 18 de novembro, foram tratados mais aspectos interdisciplinares do design. E junto com outros exemplos distintos o arquivo foi discutido como auxílio de designers para designers. Uma fonte rica de pesquisa, que traz referências diversas, exemplos e motivação para novos projetos.

Diretrizes para o futuro do ASI

A cada dia chegam mais documentos no ASI e como o objetivo do projeto é ser uma fonte de pesquisa, esse acervo fica cada vez mais rico. No início do ano um docente da Escola de Design fez uma doação de grande quantidade de documentos diversos de trabalhos de alunos. Este material será analisado e incorporado ao acervo do ASI, considerando todas as nuances e cuidados que se deve ter em relação ao sistema de doação e depósito de acervo. Além desses trabalhos ainda há muito material a ser catalogado, e a divulgação e disponibilização para consulta devem ser destacados como de extrema importância.

Há a intenção de divulgação desses documentos em suporte online, através de um blog e posteriormente até mesmo digitalizando todo o acervo. Para a catalogação mais eficiente das fotografias sem identificação, uma das alternativas seria uma exposição, onde o material poderia ser identificado por espectadores que conheçam a história da Escola de Design.

Outro objetivo futuro do ASI é aplicar maneiras adequadas de acondicionamento dos documentos. Técnicas de armazenamento foram e estão sendo pesquisadas, mas, por motivo de dificuldade de apoio financeiro, ainda não foram aplicadas.

Através de ações como as citadas acima haverá a valorização da memória resgatada no ASI – Arquivo de Som e Imagem. A partir desse reconhecimento os objetivos do projeto serão concluídos e a busca por mais incentivos para equipamentos adequados à demanda do acervo se tornará mais fácil.

Considerações finais

O Arquivo de Som e Imagem já vêm desempenhando suas funções e objetivos com êxito nos últimos anos e conta com uma rica quantidade de materiais. Acredita-se que servirá de fonte de consultas, pesquisas e importantes trabalhos de docentes, discentes, e pessoas interessadas no design em geral.

Com a digitalização e disponibilização na internet e redes sociais, espera-se que a divulgação atinja maior número de pessoas e que o acervo seja mais reconhecido.

Referências

ALMEIDA, Marcelina das Graças de, ROCHA, Luana de Oliveira. *REVENDO A HISTÓRIA: IMAGEM E SOM*. Gestão do acervo documental recolhido no centro de estudos em design da imagem da escola de design (ED/UEMG). Relatório final do projeto financiado pelo PAPq. Belo Horizonte: UEMG, 2012.

ANDRADE, Pedro Duarte de; ROSA, João Dalla. *O DESIGN DE MODA E OS LUGARES DE MEMÓRIA: RONALDO FRAGA E SUA COLEÇÃO PINA BAUSCH*. Disponível em <<http://www.cetiqt.senai.br/ead/redige/index.php/redige/article/viewArticle/38>>. Acesso em: 24 de março de 2013.

COSTA, Alessandro Ferreira e SILVA, Ivone Gomes da. *Revendo a história: Imagem e Som*. Gestão do acervo documental recolhido no centro de estudos em design da imagem da escola de design (ED/UEMG). Relatório final do projeto financiado pela FAPEMIG. Belo Horizonte: UEMG, 2009.

COSTA, Evanise Pascoa. *Princípios básicos da museologia*. Curitiba: Coordenação do Sistema Estadual de Museus/ Secretaria de Estado da Cultura, 2006. 100p.

FILLIPI, Patrícia de; LIMA, Solange Ferraz de e CARVALHO, Vania Carneiro de. *Como tratar coleções de Fotografias*. 2^a ed. São Paulo: Arquivo do Estado/Imprensa Oficial do Estado, 2002.

FORTY, Adrian. *Objetos de desejo - design e sociedade desde 1750*. Tradução: Pedro Maia Soares. São Paulo: Cosac Naify, 2007.