



Os personagens do cartaz de cinema com óculos¹

Érica Beolchi CHERUBINI,
Marcela Del Vecchio ABDALLA,
Mônica Doretto NASCIMENTO²
Me. Célia Maria CASSIANO³

Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, SP

Resumo

A análise semiótica dos cartazes de filmes, os óculos como objeto principal desse trabalho. A descoberta de redes de símbolos, índices e ícones nesses cartazes nos permitiu tipos de leituras diferentes acerca da personagem e da trama que a envolve. Poder adiantar a personalidade do personagem, indicar possíveis traços do caráter e da atitude foi o desafio desse artigo científico. Mostrar a descoberta de um mundo não explícito dos elementos que constituem essa peça culturalmente rica, foi possível por meio da Teoria “1,2,3 - As categorias do pensamento e da natureza” do semioticista Charles Peirce.

Palavra-chave: cinema; semiótica; cartaz; comunicação; óculos de sol.

Introdução

Ao escolher um filme, seja no cinema ou na locadora, o maior contato visual que se tem, nesse momento, é a sua capa ou cartaz. É essa arte, ou a impressão visual que elas passam que nos faz imaginar do que trata o filme e assim, decidir por vê-lo ou não. Devido ao impacto que os cartazes causam ser maior que o da capa dos DVDs (por causa das suas dimensões) esse será o material desse estudo. Buscando entender como os cartazes permitem um tipo de leitura que através de índices, ícones e símbolos podem revelar a personalidade dos personagens.

Sem dúvidas, cartaz interessante é o que não falta, por isso, será usada apenas uma regra para selecionar os cartazes analisados: eles devem conter personagem com óculos de sol.

Foram selecionados 5 cartazes com essa característica, porém com aspectos diferentes. O primeiro deles é “Lolita”, filme que marcou a década de 60 e contém os famosos óculos de sol em forma de coração. O filme “Matrix” será o segundo cartaz,

¹ Trabalho apresentado na Sessão Comunicação audiovisual, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudantes de Graduação 7º. semestre do Curso de Publicidade e propaganda com ênfase em Marketing da PUC-Campinas, email: erica.cherubini@hotmail.com, ma.abdalla@gmail.com, monicadoretto@yahoo.com.br.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda com ênfase em Marketing da PUC-Campinas, email: celiacassiano@gmail.com.



porém, por motivos esclarecidos mais adiante, serão analisados dois cartazes dessa trilogia. Para fechar essa análise usaremos também os cartazes “Meu nome não é Johnny”, um dos últimos lançamentos do cinema brasileiro (e de grande sucesso), e também, “Confissões de uma mente perigosa” filme de 2002 onde a fotografia do cartaz aparece como desenho.

Para tal, este trabalho será dividido em quatro partes. A primeira, com uma visão geral sobre a história do cinema, cartaz e dos óculos de sol. A segunda parte será relacionada à percepção da caracterização dos personagens. O conceito teórico que será utilizado para interpretar os cartazes será explicado apenas na terceira parte onde também estarão as análises. Serão apresentados ainda conceitos vindos de pesquisas bibliográficas realizadas que possam complementar o nosso trabalho.

1. A história do cartaz e do cinema:

Segundo Moles (1978, p.21), o cartaz nasceu da vontade de difundir o anúncio impresso, a imagem e um texto. Isso só foi possível quando a técnica de impressão de imagens havia efetuado progressos suficientes e também da necessidade de passar para o receptor maior fluxo de mensagem em menor tempo. O cartaz é uma ferramenta muito funcional já que a imagem é percebida quase que imediatamente tornando o seu significando facilmente assimilável. Além de sua facilidade de leitura, um cartaz “constrói reflexos condicionados, slogans e estereótipos que se imprimem na cultura individual”.

As funções de um cartaz são facilmente distinguidas e importantes para explicar a escolha desse meio de informação como objeto de estudo e não o filme em si. Aqui explicaremos de forma simples de acordo com Moles (1978, p. 53-56).

Função 1: O início da criação de um cartaz tem a função de informar.

Função 2: É instrumento para convencer ou seduzir com função de publicidade ou propaganda.

Função 3: É um modo de comunicação entre o organismo e a massa tendo assim a função educadora.

Função 4: O cartaz também é parte da paisagem urbana tendo a função de ambiência.

Função 5: Tendo como regra agradar, o cartaz sugere mais do que diz, atraindo assim uma série de conotações que estão ligadas à sua técnica de fabricação estética.



Função 6: É um criador de desejos e transformador dos desejos em necessidades fazendo girar o mecanismo de consumo. Esta é a função criadora.

Para finalizar a explicação sobre esse material, Gutierrez (1995, p. 12) diz que “um cartaz é um estímulo e o espectador seria um autômato comportado”. E além de peças de publicidade os cartazes são arte e mesmo que esses tenham um prazo de vida útil, já que eles têm uma funcionalidade, muitas pessoas “reciclam” essas criações como peças de decoração ou coleção, é o caso dos cartazes de cinema onde os bons cartazes, nas visões da massa, são pendurados em paredes de casas e escritórios. E são esses cartazes, os de cinema, que irão reter esse artigo.

1.1 O cinema

Antes do cinema ter suas propriedades artísticas e comerciais exploradas, ele surgiu como ciência. O cinematógrafo⁴ foi criado entre as muitas tentativas dos irmãos Auguste e Louis Limière para achar uma maneira de documentar a realidade, captando e reproduzindo imagens do cotidiano em movimento. De acordo com Britto (2006, p.7):

“O cinema surgiu como fotografia em movimento, reproduzindo a realidade nua e crua, com autenticidade e exatidão do real, ou uma reprodução automática do mundo. Mas para ser considerado arte, teve que atribuir significação aos seus elementos na medida em que elaborava assim sua própria linguagem”.

Em 28 de Dezembro de 1895 os irmãos Lumière mostraram sua novidade ao público no Grand Café em Paris. Foi nessa época que o cinema passou a usar os cartazes como forma de comunicação, mas não da mesma maneira como conhecemos hoje. Os criadores do cinematógrafo colaram nas janelas do café cartazes convidando as pessoas a conhecer o aparelho.

Gutierrez (1995) escreve sobre o fascínio que as pessoas tinham pela representação dos movimentos onde “os cartazes e certo sentido, eram enunciados do caráter espetacular do cinematógrafo”, assim os cartazes foram usados até 1900, não para anunciar ou vender um filme, e sim para mostrar as invenções do cinema e seus aparelhos revolucionários.

⁴ Aparelho que permitiu registrar uma série de instantâneos fixos, em fotogramas, criando a ilusão do movimento que durante um certo tempo ocorre diante de uma lente fotográfica e depois reproduzir esse movimento, projetando as imagens animadas sobre um anteparo.

Hoje os cartazes são peças fundamentais no lançamento de filmes. Estes são cartazes comerciais que, definido por Moles (1978, p. 29) são: “aqueles que têm grande força de atração baseado na simplicidade de uma mensagem de traços nitidamente recortados, unindo um apelo de marca, uma evocação e uma figuração”.

1.2 Os óculos

Óculos são mais do que objetos para corrigir a visão, eles são acessórios de moda e parte integrante do estilo de muitas pessoas. Os primeiros registros do uso de óculos, no século XII, não estão ligados a lentes de grau, eles eram usados pela corte chinesa como enfeite ou forma de distinção social. Esses óculos eram feitos de quartzo esfumado e usados também em interrogatórios de testemunhas para esconder as feições dos juízes.

Já no século XVIII lentes pintadas de azul ou verde começaram a ser receitadas para correção de visão e as pintadas de amarelo eram receitadas para pessoas com sensibilidade a claridade. Os óculos escuros só passaram a ter a cara que conhecemos hoje em 1920. Mas só nos anos 30, os óculos escuros e enormes passaram a ser usados como acessório em Hollywood. Artistas do cinema e da música como Greta Garbo e Marlene Dietrich eram facilmente reconhecidas e influenciavam muitas pessoas. Até hoje, artistas tem esse acessório como uma espécie de marca registrada, podemos citar o vocalista da banda Irlandesa U2, Bono Vox e a editora de moda da Vogue Anna Wintour, que foi retratada no livro e filme “O diabo veste Prada”.

De acordo com estudos feitos pela Universidade de Londres, os óculos de sol, além de proteger nossa visão, aumentam a autoconfiança e a sensualidade conferindo também certo anonimato as pessoas que estão utilizando, já que ele permite olhar sem ser visto. Esses fatos são o motivo pelo qual escolhemos os óculos de sol como peça fundamental na escolha dos cartazes que serão analisados mais adiante. Os óculos de sol só apareceram em um cartaz de cinema na década de 60 e daí pra frente foram responsáveis por caracterizar muitos personagens. Assim, foi possível listarmos 146 cartazes de filmes de diversas décadas e escolhermos 5 para o nosso trabalho.

2. A leitura do cartaz como forma de mostrar a personificação dos personagens

Analisando o cartaz como forma de personificação do personagem é possível encontrar características que ajudam a identificar os valores, crenças, atitudes e características que permeiam a vida e personalidade do personagem.



Ao analisar os cartazes dos filmes é possível identificar a que situação o personagem está exposto. Pelo cartaz também é possível levantar o tipo de filme a que seremos expostos. Saber interpretar os cartazes e seus signos visuais tornou-se um instrumento muito importante, pois é uma maneira do espectador analisar o tipo de filme, assim como revelar ideologias específicas dos produtores ou patrocinadores e suas características.

Levando em consideração informações que ultrapassaram as intenções de quem realizou e produziu o filme, como contexto social, cultural, econômico, político e religioso de uma época/lugar/país a interpretação de um cartaz interage com toda a personalidade e conhecimento do receptor, variando de pessoa para pessoa, dependendo do grau de escolaridade e nível social, pois é o que representam o aspecto mais complexo que o criador do cartaz deve levar em consideração, e isso é que na maioria das vezes faz o espectador ir ou não assistir ao filme. Desta maneira, conseguir analisar produções cinematográficas, desconstruir/construir seus estereótipos e criar um referencial crítico nas pessoas que vão assistir ao filme é uma meta importante para qualquer produtor.

A identificação do traço de personalidade do personagem, por vezes pode estimular o receptor a assistir ao filme, por identificação com o mesmo, por curiosidade ou por mero interesse nesse estilo de vida representado pelo cartaz. Os óculos de sol nos cartazes constituem e repassam para a sociedade traços da personalidade do personagem. Exemplo clássico desse caso, foi o filme “Matrix”, no qual os óculos escuros completavam a personalidade do personagem principal, e que depois de pouco tempo foi possível ver nas ruas o mesmo modelo de óculos sendo usado por aqueles que se identificaram com o filme.

3. Referencial teórico

Para que o leitor desse artigo possa de fato absorver o que está sendo proposto, é preciso antes de mais nada, esclarecer o principal referencial teórico de análise: a Semiótica Pierceana. É importante também ressaltar aqui a diferença entre semiótica e semiologia, que por vezes são usadas indiscriminadamente. A Semiologia, também conhecida como a lingüística saussureana, é ciência da linguagem verbal, e a Semiótica é a ciência de toda e qualquer linguagem. Pode-se dizer que a semiótica é mais ampla e possibilita uma análise mais completa que a semiologia que analisa apenas a linguagem



verbal. A semiótica, de modo sucinto, segundo Santanela (1983, p. 13), “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 de produção de significação e de sentido.”

Falar de produção de significação e de sentido remete ao conceito de signo, mais especificamente o modo como classificá-lo e seus componentes.

“Um signo, ou representamen, é aquilo que, sob certo aspecto ou modo, representa algo para alguém. Isto é, cria na mente dessa pessoa um signo equivalente, ou talvez, um signo mais desenvolvido. Ao signo assim criado, denomino interpretante do primeiro signo. O signo representa alguma coisa, seu objeto”. PEIRCE (1978, p.72 apud SANTAELA, 1983, p. 25)

O signo é o objeto de estudo da semiótica, Pierce tinha uma visão tríade do signo, com objeto (imediate e dinâmico), intérprete e interpretante. O objeto imediato é o próprio signo, o dinâmico é aquilo que o signo substitui, por exemplo, um desenho de uma árvore, tem por objeto dinâmico a própria árvore e como imediato a aparência do desenho. O Interpretante é o signo que aparece na mente, e o interprete é a pessoa que sofre o processo.

Pierce propôs a classificação dos signos em três categorias. O símbolo: é um signo que representa um objeto a partir de uma convenção. Índice: é um signo que se refere ao objeto indiretamente, pela influência sofrida desse objeto. Ícone: é um signo que tem alguma semelhança com o objeto representado.

Entendendo o conceito básico do signo, é possível agora apresentar as Categorias do Pensamento e da Natureza, ou Categorias Universais do Signo de Charles Pierce, que usaremos para analisar os cartazes dos filmes.

Segundo Pierce (1897, p.30), o fenômeno (algo com que nos esbarramos) e sua interpretação pela mente humana são constituídos por três elementos/etapas: a primeiridade, a secundidade e a terceiridade.

A primeiridade, corresponde ao acaso, ou o fenômeno no seu estado puro que se apresenta à consciência, ou seja, é o primeiro contato do interprete com o objeto, a secundidade, corresponde à ação e reação, é o conflito da consciência com o fenômeno, buscando entendê-lo. Por último a terceiridade, também denominado processo ou mediação, é a interpretação e generalização dos fenômenos, é nele que fica toda a carga simbólica dos signos.

Será usada de modo complementar a teoria pierciana o livro “A aventura semiológica”, de Roland Barthes, e a teoria da mensagem dupla, ou seja, a mensagem da conotação e da denotação, conforme o esquema abaixo:

A mensagem da denotação:

Significante: é a substância fônica ou gráfica das palavras, as relações sintáticas da frase recebida

Significado: é o sentido literal dessas mesmas palavras e dessas mesmas relações.

A mensagem da conotação:

Significante: São as marcas de estilo nascidas da retórica: figuras de estilo, metáforas, cortes de frases, alianças de palavras.

Significado: É a mensagem global, e tira essa globalidade do caráter singular de seu significado.

Foi preciso recorrer a semiologia de Barthes, pois muitos cartazes utilizam o signo verbal como complemento das imagens. Em suma, Barthes possibilitou a análise do código verbal e Pierce do código visual.

Uma imagem, por exemplo, uma obra de arte, nem sempre diz aquilo que está representado de forma explícita. Existem elementos que não representam apenas seu objeto imediato, mas também estão carregados de simbolismos.

No caso dos cartazes dos filmes a análise será feita primeiramente individualizando os elementos, analisando-os separadamente e concluindo com a mensagem final do cartaz.

3.2. Análise dos cartazes

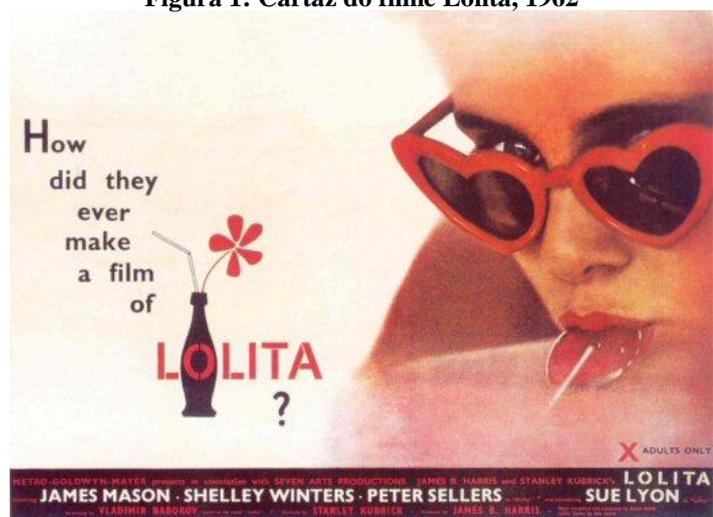
Figura 1: Cartaz do filme Lolita, 1962

3.2.1. Filme Lolita

Foram realizadas duas versões cinematográficas do romance: a primeira, de 1962, feita por Stanley Kubrick; e a outra, em 1997 dirigida por Adrian Lyne.

Sinopse: romance é narrado em primeira pessoa pelo protagonista, o professor de poesia francesa

Humbert, que se apaixona por Dolores Haze, sua enteada de doze anos e a quem apelida



Fonte: <http://www.impawards.com/>

de Lolita. O professor, que já conta com certa idade, desde o início se define como um perverso e aponta como causa um romance traumático em sua juventude.

Mas em função do início chocante, sem dúvida o livro ficou famoso como um dos romances mais polêmicos já publicados, tanto que antes de chegar ao público, foi rejeitado por diversas editoras.

Com relação à primeiridade: Rosto de uma adolescente de pele clara, e sobrancelhas escuras com um pirulito vermelho na boca usando óculos de sol em forma de coração, fundo do cartaz esfumado, e uma garrafa de refrigerante com canudo e flor, como se fosse um vaso sobre o nome da personagem no texto do cartaz. Presença de código verbal escrito de maneira que a frase fica quebrada em sete partes. O nome da personagem está em vermelho, e o texto todo está em preto. Cartaz com forte predominância de tons quentes (vermelho e alaranjado).

Secundidade: As cores quentes do cartaz remetem a uma atmosfera sensual. O olhar da menina por de trás dos óculos parece querer revelar algo proibido. A boca pintada de vermelho, como de uma mulher adulta, da personagem contrasta com o pirulito, um doce atribuído às crianças. O cartaz com as laterais esfumadas remete a um sonho, miragem, alucinação. A presença de uma garrafa de Coca-Cola com um canudo e uma rosa dentro, como se fosse um vaso, lembra a geração Coca-Cola, que ficou marcada por fazer do refrigerante um ícone de sua geração. A rosa dentro da garrafa simboliza a parte madura da personagem e o canudo com a garrafa a parte ainda pré-adolescente e sonhadora.

Terceiridade: O cartaz e seus elementos, principalmente os óculos, destacam a contradição da inocência de uma pré-adolescente e sua sensualidade. O casamento desses elementos na montagem do cartaz, leva o receptor a uma atmosfera de sensualidade, e repreensão. Pois o sentimento de atração por uma pré-adolescente por vezes é reprimido na sociedade e visto com perversidade.

É possível adiantar aspectos da personalidade da personagem principal por meio do cartaz. Os óculos em forma de coração revelam uma conduta amorosa e instigante, o pirulito na boca, colocado de forma sensual revela a maturidade para o sexo, e a personalidade ousada.

Análise da mensagem verbal do cartaz: “Por que nunca foi feito um filme de Lolita?” Significante: são as palavras, cada letra escrita se lida e os fonemas se falada.

Significado: Por que nunca tiveram a idéia de fazer um filme sobre Lolita, que era personagem de um livro de romance, que causou polemica no seu lançamento e chegou

a ser recusado por várias editoras? **Significante:** O jeito como o texto está diagramado, de forma irregular, revela certo temperamento e inconstância da personagem ou filme. **Significado:** Por que um livro tão polêmico não tinha ainda sido adaptado ao cinema se as convenções, da época em que polemizou a sociedade, parecem mais flexíveis? Talvez essa pergunta seja a chave para o texto do filme, seria, então Lolita um personagem atemporal e polêmico em qualquer época?

3.2.3. Filme Matrix

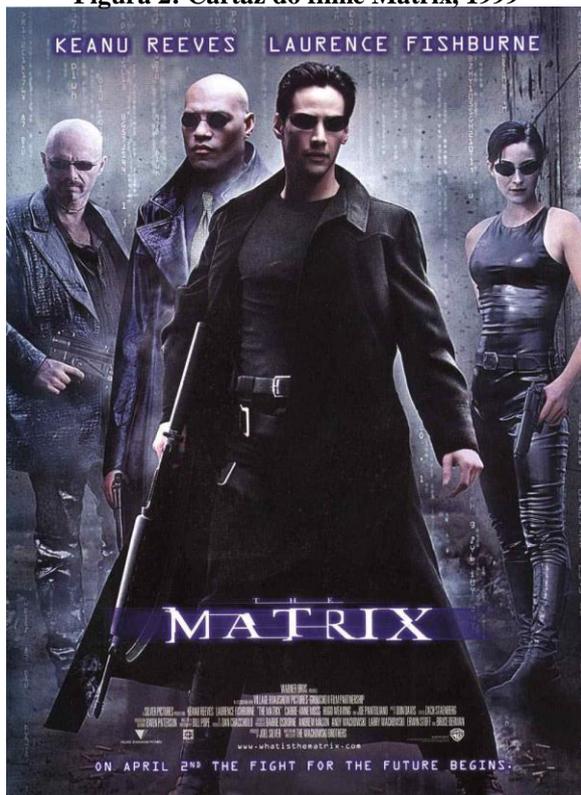
Dirigido pelos irmãos Larry e Andi Wachowski, o filme Matrix se tornou referência em filmes de ficção científica revolucionando pensamentos e os padrões estéticos do cinema. O filme retrata a história de Thomas Anderson, interpretado por Keanu Reeves. Ele é um jovem programador de computador que mora em um cubículo escuro, é atormentado por estranhos pesadelos nos quais encontra-se contra a sua vontade conectado por cabos em um imenso sistema de computadores do futuro. À medida que o sonho se repete, Anderson começa a ter dúvidas sobre a realidade. Por meio do encontro com os misteriosos Morpheus e Trinity, Thomas descobre que é, assim como outras pessoas, vítima da Matrix, um sistema inteligente e artificial que manipula a mente das pessoas, criando a ilusão de um mundo real enquanto usa os cérebros e corpos dos indivíduos para produzir energia. Morpheus, entretanto, está convencido de que Thomas é Neo, o aguardado messias capaz de enfrentar a Matrix e conduzir as pessoas de volta à realidade e à liberdade.

Para a análise do cartaz desse filme, em específico, optou-se por escolher dois modelos de volumes diferentes, para que seja possível fazer comparações de mudanças.

Para o lançamento do primeiro filme da trilogia foram desenvolvidos cinco cartazes. Já para as segunda e terceira partes foram lançados uma média de 30 cartazes diferentes, uma quantidade bastante elevada. Chamaremos assim o cartaz “The Matrix”, lançado em 1999, de número 1 e conseqüentemente o cartaz “Matrix Reloaded”, do ano de 2003, de número 2.

Primeiridade: Em um primeiro momento, tudo que se pode assimilar do cartaz 1 são quatro pessoas vestidas com roupas pretas, armadas e em uma imagem sem vida (devido aos tons de cinza) com a frase “No dia 2 de Abril a luta pelo futuro começa”. Assim, é fácil julgar o filme como mais uma história de guerra. Além disso, a feição dos personagens é séria e estão encarando quem está em frente ao cartaz. Bem pequeno, ao fundo existem códigos binários quase imperceptíveis pois ficam apagados com o fundo

Figura 2: Cartaz do filme Matrix, 1999



Fonte: Film Posters of the 90s

do cartaz. No chão existem balas das armas sugerindo, mais uma vez, a guerra. Secundidade: Em um segundo momento de análise será possível dizer muito mais sobre eles. O cartaz 1 foi responsável pela apresentação e caracterização dos personagens e do filme, assim pode-se relacionar as suas cores (o preto e o cinza) a um filme realmente forte e até mesmo obscuro. As armas nas mãos dos personagens estão empunhadas como se eles estivessem preparados para lutar ou no meio da luta, elas sugerem a guerra juntamente com as balas espalhadas pelo chão. Todos estão vestidos de preto, esta é a cor do mistério e do anonimato criando a intenção de que os personagens passem despercebidos, mas possam mostrar do que realmente são capazes. Ainda visualizando as roupas, é fácil notar que apenas Neo (o personagem central) e Morpheus (à sua esquerda) estão vestindo a peça conhecida popularmente como “sobre-tudo”, tal indumentária, na realidade é uma homenagem ao koromô, uma tradicional vestimenta japonesa usada por monges Zen Budistas, isso deixa claro a influência religiosa existente no filme. Assim, é possível relacionar o uso dessas “capas” ao nível de superioridade ou importância desses personagens sugerindo que eles são o mentor ou mestre e o aprendiz.

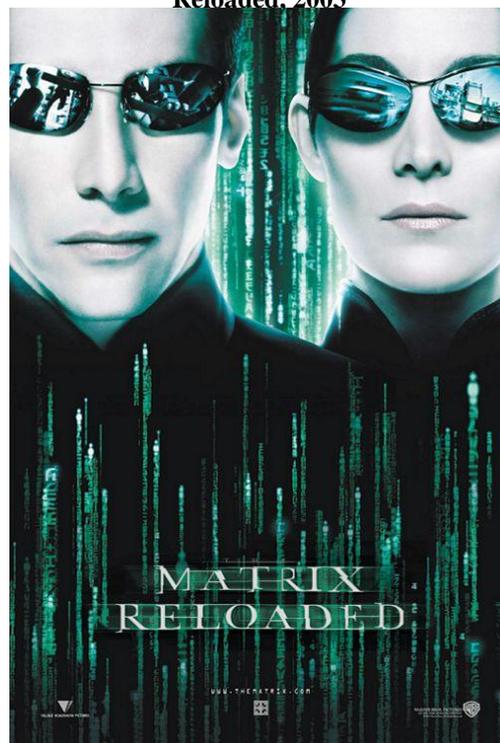
Além disso, a posição em que eles estão no cartaz também sugere muita coisa sobre o filme. Neo está em primeiro plano, deixando bem claro que ele é a pessoa principal da trama, logo atrás dele, como uma espécie de sombra, está Morpheus sugerindo que este é o mestre que ensinará tudo ao seu escolhido. Dos dois lados de

Neo há mais dois personagens: Trinity está do lado direito mostrando o poder feminino na trama, e do lado esquerdo existe a quarta pessoa, que é um homem.

A face dos quatro personagens tem um tom pálido, extremamente marcante e sério como se eles encarassem quem está olhando para o cartaz. Todos eles usam óculos de sol de linhas modernas e lentes bem escuras, podemos entender esse acessório como forma de proteger a identidade dos personagens ou proteção de algo que poderão vir a enfrentar no filme. Os óculos, juntamente com as roupas pretas de couro e o sobre-tudo são as marcas mais forte desse cartaz e viraram moda na ocasião de seu lançamento. Além disso, toda essa caracterização sugere a idéia de outro mundo que pode ser até mesmo futurista, é possível pensar isso já que não vemos pessoas vestidas assim em nosso dia-a-dia.

Como complemento ao cartaz 1, faremos agora uma explicação rápida do segundo cartaz. Entre a criação dos dois cartazes passaram-se apenas 4 anos, mais é possível notar grande diferença entre eles, porém, sem perder a característica principal dos personagens e filme. Nele, foi utilizada uma cor mais viva, o verde. A cor verde representa e dá grande destaque aos códigos binários de computador, já no cartaz 1 esses códigos são pouco visíveis e estão ao fundo e menores. Assim, a imagem tecnológica foi mais reforçada para as duas partes seguintes da trilogia. Além disso, apenas o Neo e a Trinity estão presentes mantendo a formação já vista no primeiro cartaz com o Neo em primeiro plano. Entendendo uma maior importância da personagem feminina, como uma outra força ou um complemento ao personagem principal, já que quase não podemos distinguir onde termina o ombro de um e começa o do outro. Os dois estão vestidos com um novo modelo de “sobre-tudo”, que é uma cópia de uma antiga vestimenta chinesa com colarinho de estilo Mandarin. Esse novo modelo não descaracterizou os personagens dando um ar ainda mais imponente podendo compará-los até à um padre.

Figura 3: Cartaz do filme Matrix Reloaded, 2003



Fonte: <http://www.impawards.com/>

Apesar dessa pequena mudança na roupa a cor preta e os óculos escuros não foram abandonados. Esses óculos têm uma segunda funcionalidade no cartaz, eles refletem possíveis cenas do filme como um carro de polícia e o Agente Smith, um vilão da trama.

No cartaz de número 2 não existe frase, apenas o título do filme. Já no cartaz de número 1 existe a inscrição “On April 2nd the fight for the future begins.” (No dia 2 de Abril a luta pelo futuro começa). Com essa frase e as roupas, fica mais fácil entender que o filme está relacionado com o futuro e também com guerra, o que atrairá pessoas interessada nesses assuntos. Além disso, a frase sugere que esta guerra já está imposta e deverá acontecer de qualquer maneira. Mesmo que sua data refira ao dia de lançamento do filme este é o convite para que as pessoas venham se “juntar” e lutar contra o perigo eminente.

Terceiridade: Conclui-se que esses são filmes futuristas, por causa das roupas e acessórios, eles também estão relacionados à guerra, devido a frase do primeiro cartaz e as armas e balas ali presentes; é também um filme tecnológico já que contem os códigos binários em sua composição. Além disso, é um filme forte e marcante principalmente pelas cores escolhidas para as roupas e para a própria imagem e feições dos personagens.

3.2.4. Filme Meu nome não é Johnny

O filme retrata a história real de João Guilherme Estrella, carismático carioca de classe média que se tornou o maior vendedor de drogas do Rio de Janeiro e depois lidou com o sistema carcerário do país.

Primeiridade: No Cartaz “Meu nome não é Johnny” se pode analisar como primeiridade um homem usando óculos escuros centralizado na página, usando uma jaqueta de couro e uma mulher atrás. Além do fundo de uma rua com aparência de movimento. Secundidade: Como secundidade a mulher está olhando de forma segura e penetrante, e que o fundo da imagem representa movimento. O homem possui um olhar matreiro. Terceiridade: É possível observar que o homem que está centralizado na página está usando uma jaqueta de couro, pelo fundo estar em movimento ele deve ser motoqueiro ou algo do gênero. A maneira com que ele segura os óculos demonstra também segurança, e até mesmo um charme que pode caracterizar o personagem. A mulher ao fundo demonstra segurança e até um grau de intimidade com o homem pelo jeito do olhar.

Com relação à frase presente no cartaz “Ele tinha tudo, menos limite” pode-se concluir

Figura 4: Cartaz do filme Meu nome não é Johnny, 2008



Fonte: www.meunomenaoejohnnyfilme.com.br/

que um homem, provavelmente o que está centralizado no cartaz, tinha tudo o que queria e precisava, mas em alguns momentos exagerava dessa liberdade, e isso de alguma forma pode trazer algum dano a ele, e aos outros ao seu redor.

3.2.5. Filme Confissões de uma mente perigosa

Confissões de uma mente perigosa trata da vida secreta de um apresentador de TV, que ao mesmo tempo em que distribuía prêmios aos participantes de seu show era também um perigoso agente especial da CIA.

Primeiridade: No cartaz Confissões de uma mente Perigosa é possível analisar como primeiridade um

homem vestindo smoking, usando óculos escuros, em branco e preto como se estivesse dançando, ou tocando algum instrumento, do lado direito o desenho de uma arma em vermelho com uma mulher em preto dentro da arma como se estivesse caminhando.

Secundidade: Na secundidade a silhueta da mulher desenhada dentro da arma está vindo em direção da pessoa que está vendo o cartaz e está com uma arma na mão. O homem de smoking pode estar comemorando algo que deve ter dado certo.

Terceiridade: Na terceiridade as cores preto e vermelho são as que mais dão ênfase ao cartaz, cores que remetem a ambientação progressiva, é ascendente e amedrontadora. O vermelho é como o preto, uma a cor que em tempos pré-históricos remetem aos mortos para garantir-lhes uma vida além-túmulo. Na Europa antiga, amuletos embrulhados em vermelho serviram para afastar os demônios. O vermelho representa o amor carnal, a paixão, o erotismo, além de personificar o sangue, a luta, o perigo e a morte. Na Bíblia, é a cor do pecado e da penitência.

Levando em consideração que o cartaz está dividido ao meio pelas cores preto e branco podemos compara-lo com o filme Scarface, um dos filmes mais violentos já feitos e também expoente de Hollywood no cinema na década de 80.

O fato da mulher caminhando sensualmente com um vestido longo e uma arma na mão, e em um lugar vazio e sombrio, demonstrando segurança.

Com relação à frase presente no cartaz “Some things are better left top secret” (certas coisas é melhor deixar em segredo), pode-se analisar como algo que aconteceu e que talvez se terceiros não tivessem descoberto, algumas coisas poderiam ser evitadas, ou não tivessem acontecido.

4. Considerações finais

Pode-se, então, afirmar que os cartazes de filmes, nos quais os personagens aparecem de óculos escuros, permitem tipos de leituras diferentes sobre sua personalidade. Os óculos muito dizem das atitudes que o personagem pode vir a tomar no filme, não exercendo em nada sua função racional, e sim, se tornando apenas um componente a mais que permite adiantar as motivações daquele que usa esse acessório.

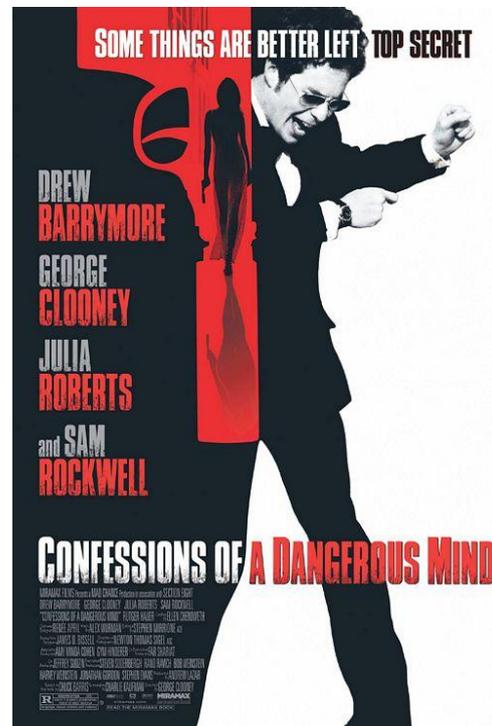
Além do papel dos óculos nos cartazes, concluí-se a riqueza de mensagem e simbolismos das peças apresentadas, o papel de cada elemento presente no processo de significação e a importância do olhar apurado de modo a perceber esses elementos, não apenas enxergar um cartaz bonito esteticamente, sem significado além.

Enfim, pode-se concluir que o cartaz do filme, é índice do mesmo, por adiantar alguns fatos para aqueles que percebem além.

Referências

BARTHES, Roland. **A aventura semiológica**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

Figura 5: Cartaz do filme Confissões de uma mente perigosa, 2002



Fonte: <http://www.impawards.com/>



BRITTO, Patrícia Goes. **O Cinema e a Segunda Realidade do Espectador pela Semiótica da Cultura**. Trabalho apresentado no Intercom Júnior Jornada de iniciação Científica em comunicação do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

Disponível em: <http://www.adtevento.com.br/intercom/2006/resumos/R0040-1.pdf>. Acessado em: 17/04/2008

BUSCOMBE, Edward. **Cinema today**. Nova Iorque: Phaidon Press Limited, 2003.

CONFISSÕES de uma mente perigosa. Direção: George Clooney. Produção: Andrew Lazar. Intérpretes: Sam Rockwell, Drew Barrymore, George Clooney, Julia Roberts, Rutger Hauer, Maggie Gyllenhaal, David Hirsch, Jerry Weintraub e outros. Roteiro: *Roteiro*: Charlie Kaufman, baseado em livro de Chuck Barris. Estúdio: Miramax Films, Village Roadshow Productions, Allied Filmmakers, Broadway Video, Kushner-Locke Company, Mad Chance, NPV Entertainment, Section Eight Ltd. *Distribuição*: Miramax Films, Artisan Entertainment, Buena Vista International, 2002. Color, 113 min.

GUTIERREZ Quintana, Haenz. **Cartaz, cinema e imaginário**. Campinas: Unicamp. Dissertação de Mestrado: 1995. Disponível em: <http://libdigi.unicamp.br/document/?code=vtls000101188>. Acessado em: 11 de abril de 2008.

LOLITA. Direção: Stanley Kubrick. Produção: James B. Harris. Intérpretes: James Mason, Shelley Winters, Sue Lyon, Gary Cockrell, Jerry Stovin, Diana Decker e outros. Roteiro: Vladimir Nabokov. Estúdio: Steven Arts Production, Anya, Harris-Kubrick, Transwood. *Distribuição*: MGM, 1962. Preto e branco, 152 min.

MATRIX, the. Direção: Larry Wachowski e Andi Wachowski. Produção: Joel Silver. Intérpretes: Keanu Reeves, Laurence Fishburne, Carrie-Anne Moss, Hugo Weaving, Gloria Foster e outros. Roteiro: Larry Wachowski e Andi Wachowski. Estúdio: Village Roadshow Productions. *Distribuição*: Warner Bros, 1999. Color, 136 min.

MATRIX reloaded. Direção: Larry Wachowski e Andi Wachowski. Produção: Joel Silver. Intérpretes: Keanu Reeves, Laurence Fishburne, Carrie-Anne Moss, Hugo Weaving, Gloria Foster, Matt McColm e outros. Roteiro: Larry Wachowski e Andi Wachowski. Estúdio: Warner Bros, Silver Pictures, NPV Entertainment, Village Roadshow Productions. *Distribuição*: Warner Bros, 2003. Color, 138 min.

MEU nome não é Johnny. Direção: Mauro Lima. Produção: Mariza Leão. Intérpretes: Selton Mello, Cléo Pires, Júlia Lemmertz, Rafaela Mandelli, Eva Todor, André di Biasi, Giulio Lopes, Cássia Kiss, Ângelo Paes Leme e outros. Roteiro: Mariza Leão e Mauro Lima, baseado em livro de Guilherme Fiúza. Estúdio: Atitude Produções, Sony Pictures Entertainment, Globo Filmes, TeleImage, Apema. *Distribuição*: Sony Pictures Entertainment, Downtown Filmes, 2008. Color, 115 min.

MOLES, Abraham. **O cartaz**. São Paulo: Perspectiva, 1987.



NOURMAND, Tony; MARSH; Graham. **Film Posters Of The 90s**. Londres: Evergreen/Taschen, 2005.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2004.