

Representação e Significação em Cartazes do Filme Cisne Negro.¹

Adelmo Álvaro dos REIS²
Michelle Reis de OLIVEIRA³

Rosa Silva BENÍCIO⁴

Raquel CARRIÇO⁵

Universidade Federal de Sergipe, Aracaju, SE.

RESUMO

Tal trabalho se propõe a analisar os cartazes do filme Cisne Negro (2010) por meio do Método de Roland Barthes. O seu método consiste em identificar no significado, elementos associados ao significante e aos signos plenos, para que assim obtenham-se significados acerca de mensagens implícitas na composição dos cartazes. Através da contextualização sobre a história e uso do cartaz ao longo dos anos, procura-se introduzir o leitor nesse universo para que em um segundo momento a análise dos cartazes, propriamente dita, seja feita. Um dos fatos mais importantes observado durante o estudo foi o alto grau de conotação nas mensagens passadas pelos cartazes. O que significa uma segmentação no entendimento da mensagem visual por parte dos leitores.

PALAVRAS-CHAVE: cartaz; Roland Barthes; Cisne Negro; estética.

INTRODUÇÃO

Desde o surgimento do homem, tal como nós o conhecemos hoje, ele procurou se comunicar com os seus semelhantes. O maior desafio pelo qual passou foi o de elaborar uma linguagem coesa e que fosse entendida por todos do seu grupo. A primeira linguagem criada foi a pictográfica, expressa por meio de desenhos, marcas, símbolos e pinturas simples. Naturalmente, por um processo evolutivo, o homem inventou a fala, pois sentia necessidade de nomear aquilo que desenhava. Com os padrões da fala já conhecidos e difundidos o

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática de Publicidade e Propaganda, da Intercom Júnior – VII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação do 7º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UFS – SE, e-mail: adelmoalvaro@hotmail.com.

³ Estudante de Graduação do 7º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UFS – SE, e-mail: mizinha88@hotmail.com.

⁴ Estudante de Graduação do 7º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UFS – SE, e-mail: rosa.benicio@hotmail.com.

⁵ Orientador do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda da UFS – SE, e-mail: raquelcarrico@gmail.com.

próximo passo na evolução da linguagem e comunicação humana foi o surgimento da escrita, que nada mais foi do que a reunião coerente dos padrões da fala em um mecanismo capaz de reproduzir oralmente e a hora que se quisesse o alfabeto. Com o passar do tempo, a escrita (texto) se juntaria ao visual (imagem) criando uma interação inédita. Agora o homem poderia transmitir informações com propriedade sobre o mundo que habitava.

Com a evolução da história humana, o homem sentiu necessidade de contar sua própria história e disseminar informações e conhecimento. Foi a partir de então que surgiram inventos capazes de revolucionar os meios de comunicação existentes. Uma grande invenção para a comunicação foi a prensa móvel de Gutenberg em 1440. Seu tipo mecânico móvel para impressão começou com a Revolução da Imprensa e é considerado o evento mais importante do período moderno. O uso da prensa móvel resultou no aperfeiçoamento dos manuscritos, que era o método então existente de produção de livros na Europa. A tecnologia de impressão de Gutenberg espalhou-se rapidamente por toda a Europa e mais tarde pelo mundo. Foi a partir do desenvolvimento da comunicação impressa em larga escala que pudemos ver o crescimento e aperfeiçoamento de meios como o jornal impresso, livros, revistas e cartazes. Estes traziam informações da época, e serviram como formadores de opinião em diversos momentos marcantes da história. Cada um desses meios de comunicação impresso tem suas particularidades e foi usado de acordo com elas. Neste presente artigo abordaremos a história do cartaz que é o nosso objeto de estudo.

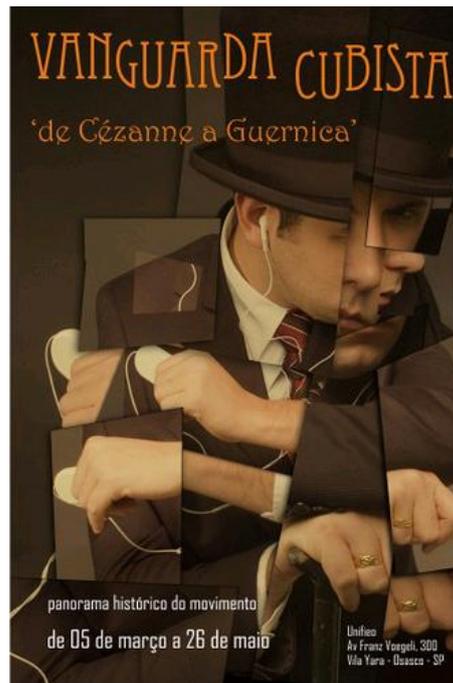
O cartaz tinha como função principal a divulgação de informações visuais, mas também foi considerado ao longo da história, uma peça de valor estético, já que além da importância como meio publicitário o cartaz tem valor histórico, pois foi utilizado como meio de divulgação em importantes movimentos de caráter político e artístico. Estudos afirmam que povos orientais ainda no século X, empregavam a técnica da xilogravura na confecção de cartazes. Com o passar do tempo a técnica mais utilizada passou a ser a tipografia, tanto para a impressão dos textos quanto das imagens. Foi então que surgiu o primeiro cartaz de que se tem conhecimento, impresso em 1482, propunha-se a anunciar uma manifestação religiosa, chamada “O Grande Perdão de Nossa Senhora”.

No início do século XIX, era aos artistas, especialmente aos pintores, que se encomendava um cartaz. Assim, o cartaz revelava com desenvoltura as influências culturais, preocupações sociais, a escola e estilo de seu autor. Através desses cartazes era possível ver todo o contexto

de uma época. Mas é por volta da segunda metade do século XIX, com Senefelder e a técnica da litografia - técnica de impressão baseada no princípio da repulsão entre água e óleo - que o cartaz passa a ter uma estrutura reconhecível como peça de publicidade. O cartaz nasce da vontade de difundir o anúncio impresso e a mensagem publicitária por meio da junção entre imagem e texto. O cartaz se revela de início pela sua força de atração, os primeiros anúncios realizados nesta fase tinham como finalidade única, chamar a atenção do leitor para determinado ponto ou fato.

1. A estética do cartaz - do formato artístico ao uso pela publicidade.

Ao longo de sua história, o cartaz sofreu influência de vários estilos artísticos, alguns podem ser observados através dos movimentos em que foram inspirados, como foi o caso do Cubismo, movimento que surgiu a partir das obras de Picasso e Braque, onde formas geométricas, como cilindros, cubos e quadrados aparecem como seus principais elementos. O movimento se baseava na expressão de formas e figuras bidimensionais, onde seus princípios o impediam de seguir qualquer regra de perspectiva ou gravidade. O uso de colagens e fotomontagens dispostas num único plano é comum em cartazes que seguem a linha do cubismo. Podemos detectar uma forte liberdade de expressão e a revolução no que se diz respeito às regras de espaço e perspectiva. Em relação à aparência real das coisas, os cubistas não se preocupavam em relatar com fidelidade, tinham como principal preocupação expor todos os lados do objeto num único plano, o frontal, sem se aproximar da imagem real. Em relação às cores, eram utilizadas “paletas terrosas e pardas” (BELL, 2008). A maior preocupação de Picasso era a de manter a profundidade e solidez de uma pintura, sem ter que usar relevo, perspectiva e todo o mais que era regra à época. Cézanne, em uma carta enviada a Picasso, então um jovem pintor, o aconselhou a “observar a natureza em termos de esferas, cones e cilindros” (GOMBRICH, 2008). Sem saber, o pintor tinha dado a Picasso e seus amigos a base do Cubismo, já que os mesmos decidiram aceitar o conselho literalmente (GOMBRICH, 2008).

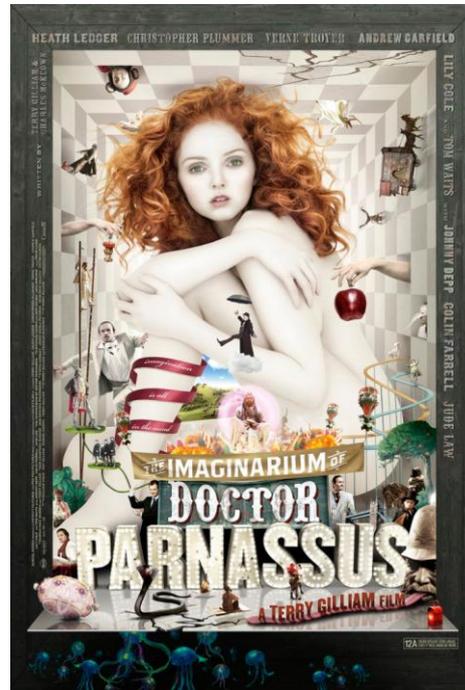


<http://www.flickr.com/photos/portfabio>

Observamos no cartaz acima a caracterização típica do estilo cubista através da fotomontagem feita sobre o personagem onde a sua aparência real não é exposta, provocando no observador. As cores seguem tons terrosos, predominando o marrom. Os pintores cubistas convidavam as pessoas a “compartilharem com eles desse jogo sofisticado de construir a ideia de um objeto sólido e tangível a partir de um punhado de fragmentos planos em sua tela [...] onde podemos facilmente encontrar o nosso caminho através das pinturas e entender as relações entre as diversas partes” (GOMBRICH, 2008).

O Surrealismo foi um movimento artístico e literário surgido na França na década de 20. Este movimento foi significativamente influenciado pelas teses psicanalíticas de Sigmund Freud, que mostram a importância da evidência do inconsciente na criatividade do ser humano. Os artistas ligados ao surrealismo, além de rejeitarem os valores da burguesia, criavam obras repletas de humor, sonhos, utopias e qualquer informação contrária à lógica, como Buñuel (1929) falou “nenhuma ideia ou imagem que se emprestasse a qualquer tipo de explicação racional seria aceita”. As características são uma combinação do representativo, do abstrato, do irreal e do inconsciente. Os surrealistas produziam imagens baseadas em sentimentos, fantasias e ilusões, os artistas deste movimento não estavam preocupados em representar a realidade tal como ela é, mas sim em um plano onírico. Trazendo essas técnicas para os

cartazes, eram utilizadas constantemente imagens ambíguas, que fugiam da normalidade, onde a ênfase era na composição imagética e não na textual.



<http://legacykidsclub.com/?tag=imaginarium-of-dr-parnassus>

A arte do cartaz traz elementos reais do filme “O Imaginário de Doutor Parnassus” sob uma estética surrealista. É feita uma desconstrução da realidade, onde vemos os elementos colocados separadamente de forma desconexa. A perspectiva da imagem sugere que a figura central do cartaz está contida dentro de uma grande caixa, sendo exposta a vários elementos reais, porém fora de lógica. Existe uma comunicação unilateral, que da margem a várias interpretações. O cartaz apresenta as principais características do movimento surrealista: pessoas suspensas como em um sonho; a mocinha que guarda dentro de si um mundo perfeito, uma utopia; elementos caricatos que remetem ao humor como o capitão com a língua esticada e o homem vestido de macaco completa a composição visual surrealista do cartaz. Todos os elementos implícitos contidos nesse cartaz puderam ser percebidos através do método de Roland Barthes.

Há outros movimentos que também foram, e ainda são notados na construção de cartazes, e que devem ser lembrados, como o Art Déco e o Construtivismo. O Art Decó predominou entre os anos de 1925 à 1939, e nasceu da combinação de vários estilos artísticos, como, Cubismo, Modernismo, Bauhaus e Art Nouveau. Era um movimento muito heterogêneo, requintado, exótico e eclético, que ia da funcionalidade pura ao ornamento puro, da depuração

ao exagero, e encontrava nas culturas antigas, Grécia, Egito, África e culturas sul-americanas suas fontes de inspiração.

Este movimento artístico trabalha especialmente com desenhos simples, definidos por linhas sempre muito precisas, e ornamentos geométricos, ou em representação estilizada de padrões naturais, imagens de animais e de esboços femininos.

O Construtivismo foi um movimento vanguardista provindo da Rússia e ocorreu entre 1913 e 1930. Adquiriu características próprias perseguindo o ideal de abstração, e despojando-se de qualquer alusão à natureza. Rompeu radicalmente com a arte do passado (a representação do real), e propôs uma nova linguagem (a não representação do real). Caracterizou-se, de forma bastante genérica pela utilização constante de elementos geométricos, cores primárias, fotomontagem e a tipografia sem serifa.

2. O Método de Roland Barthes

O método utilizado para fazer a análise semiótica desse trabalho será aquele sugerido por Roland Barthes (1970) onde define a semiologia como ciência da significação. Escritor, sociólogo, filósofo e semiólogo nascido na cidade francesa de Cherbourg em 12 de Novembro de 1915, Barthes fez parte da escola estruturalista e foi fortemente influenciado pelo lingüista Ferdinand de Saussure. Sua obra é ampla e abarca vários temas, porém iremos nos ater ao processo de significação existente na imagem publicitária.

Roland Barthes estabeleceu como seu objetivo de pesquisa a seguinte premissa: se a imagem contém signos, quais são eles? O seu método consiste em identificar no significado, elementos associados ao significante e aos signos plenos. Este método mostrou-se bastante eficaz, pois permitiu mostrar que a imagem possui diferentes tipos de signos: lingüísticos, icônicos e plásticos, que juntos constroem uma significação global e implícita acerca de algo que possui sentido. Para Barthes “vários corpos de significados podem coexistir num mesmo indivíduo, determinando, em cada um, leituras mais ou menos profundas”. (BARTHES, 1991, p. 47). De fato para acontecer à interpretação plena desse significado deve existir por parte do receptor uma bagagem sociocultural para que este tenha o domínio sobre a mensagem que vê.

Assim, vejo o vermelho e não o verde, nem o azul, nem o amarelo etc. Vejo um círculo e não um triângulo, nem um quadrado, nem um retângulo etc. Vejo linhas curvas e não retas etc. Esse tipo de associação mental que permite descobrir os elementos que compõem a imagem (aqui signos plásticos: a cor, as formas) estende-se à distinção das diversas classes de

elementos: vejo um homem e não uma mulher, uma criança, um animal a ninguém...; ele está com roupa esporte e não esporte fino ou de gala... (signos icônicos: motivos reconhecíveis); aqui há um texto escrito e não uma página em branco; ele é preto e não vermelho, e assim por diante... (signos linguísticos: texto). (JOLY, 2008, p. 52)

O que vemos do processo de Barthes na imagem publicitária também pode ser conceituado através de abordagens específicas sobre conotação e denotação, “toda publicidade diz o produto (é a sua conotação), mas conta outra coisa (é a sua denotação)” (BARTHES, 2001, pag.203). O significado denotativo surge quando um signo indica direta e objetivamente um objeto referente, orientando-nos na realidade. O significado conotativo surge nas interpretações subjetivas ou pessoais.

3. O filme Cisne Negro

A partir do método de Barthes o presente trabalho toma como objeto de estudo os cartazes desenvolvidos para divulgação e estreia nos cinemas do filme “Cisne Negro”. Assim, será feita uma análise das mensagens expostas, como também das influências dos movimentos artísticos presentes nos mesmos. Antes de adentrarmos na análise dos cartazes vamos tomar conhecimento do que se trata o filme e todo o seu enredo.

O filme *Black Swan* ou “Cisne Negro” foi lançado no ano de 2010 nos Estados Unidos e logo após teve sua estreia mundial. Trazendo o gênero do suspense para as telas, o diretor Darren Aronofsky mostra em 103 minutos de filme apresenta a conturbada relação entre uma dançarina veterana, que, além de enfrentar uma rival ainda precisa lutar contra seus conflitos internos. O enredo do filme *Cisne Negro* conta a história desde os bastidores da seleção de elenco, até a noite de estreia de “O Lago dos Cisnes”, onde o diretor Thomas Leroy (Vincent Cassel) decide dar uma repaginada visceral no balé. Ele quer a mesma bailarina para o papel de Cisne Branco e Cisne Negro, personagens de caráter completamente opostos. Isso exige que a mesma bailarina seja capaz de interpretar o Cisne Branco com inocência e graça, como o Cisne Negro que representa malícia e sensualidade. Nina uma bailarina totalmente dedicada ao balé que busca sempre a perfeição, interpretada pela atriz Natalie Portman que substituirá Beth MacIntyre (Winona Ryder), a primeira bailarina da companhia se encaixa perfeitamente no papel do Cisne Branco. Ela é perfeita para o papel que precisa de graça, leveza e dedicação, porém não tem a sensualidade, paixão e forte imponência necessárias para a interpretação do Cisne Negro. Eis que surge uma concorrente, a nova bailarina Lily

interpretada pela atriz Mila Kunis, a própria personificação do Cisne Negro e toda sua sensualidade. As duas desenvolvem uma amizade conflituosa, repleta de rivalidade, e Nina começa a entrar em contato com seu lado mais sombrio, com uma inconseqüência que ameaça destruí-la. O filme mostra o real desafio de atuar, e toda transformação necessária na mente do artista que imersa em personagens tão densos. O filme mostra que realidade e ficção pode ser apenas um delírio, separados por uma tênue linha.

Abaixo segue toda a ficha técnica do filme.

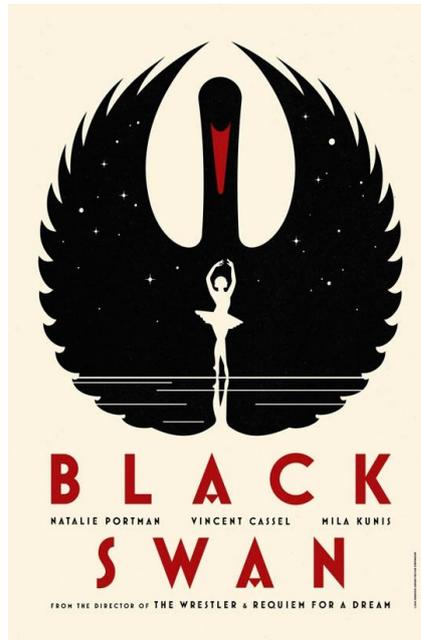
Titulo original	Black Swan
Gênero	Suspense
Lançamento	(EUA)03/12/2010 (BRA)04/02/2011
Duração	103 minutos
Direção	DarrenAronofsky
Produção	Scott Franklin Mike Medavoy Arnold Messer Brian Oliver
Roteiro	Mark Heyman Andres Heinz John McLaughlin
Atores	Natalie Portman Mila Kunis Winona Ryder Vincent Cassel Barbara Hershey
Música	Clint Mansell
Cinematografia	MatthewLibatique
Edição	Andrew Weisblum
Estúdio	Cross Creek Pictures Phoenix Pictures
Distribuição	Fox Searchlight Pictures

4. Análise dos Cartazes de Cisne Negro

Serão analisados nesse trabalho, por meio do método de Roland Barthes, os cartazes de divulgação do filme *Cisne Negro* (2010). Foram divulgados ao todo sete cartazes com a temática do filme, sendo que três tinham um peso maior na fotografia da personagem principal, logo possuem um caráter mais comercial junto ao público. Esses cartazes abarcaram um dos movimentos artísticos mais conhecidos, o Surrealismo. Durante o processo de divulgação foram lançados ainda quatro cartazes que fugiam desse cunho comercial, pois apresentavam uma comunicação visual nada habitual inspirada em outros três movimentos artísticos famosos: Construtivismo, Art Déco e Cubismo.

O primeiro cartaz a ser analisado é inspirado no estilo conhecido como Art Déco, que tinha nos animais e nas mulheres seus motivos mais explorados. E são justamente esses dois motivos que se encontram no cartaz a ser analisado. A sua composição é bastante simples: fundo neutro, imagem vazada e texto. Assim que se observa a imagem, o seu significado nos é apresentado: um grande cisne negro, onde imagem e texto se completam em um processo de significação simples. Porém ao se observar atentamente a imagem, vários elementos implícitos e distintos da história do filme nos são apresentados. O filme, como já foi dito, conta a história de uma bailarina que acumula dois papéis antagônicos em um mesmo ballet: o de cisne branco e o de cisne negro. Pode-se ver na imagem central um grande cisne negro, que na história do famoso ballet “O lago dos Cisnes”, é a personificação do mal. Dividindo a imagem simetricamente vê-se a silhueta de uma bailarina, sendo vazado no fundo branco. Ainda pode-se notar que a parte inferior do cisne negro é vazada no fundo branco, formando assim, um lago. Em termos de significantes plásticos, as cores se destacam. O fundo branco, imaculado e neutro, serve como a base de tudo. É através da técnica de vazamento que os elementos do filme nos são mostrados. Nota-se que a personagem principal do filme – a bailarina Nina – é pura e inocente, pois ela está representada pelo fundo branco. Já o cisne, é negro e engloba a bailarina no seu mundo, no seu lago. Num paradoxo com o filme é justamente isso o que acontece: na sua tentativa de viver dois personagens tão distintos Nina acaba por misturar um com o outro. A sua personalidade doce – o cisne branco – é engolida pela maldade do cisne negro. O texto do cartaz apresenta-se em dois blocos: o nome do filme e o elenco principal e direção. A fonte sem serifas e na cor vermelha remete ao bico do cisne negro. Associado ao alto flagelo da personagem ao longo do filme, o bico do cisne vermelho

significa o sangue, as feridas e a dor que a mesma passa ao longo da história. E é justamente o cisne negro a fonte de tudo isso. Todos esses elementos substituíveis encontram-se no próprio enredo do filme e permitem descobrir quais elementos compõem a imagem para assim o processo de significação ser completo.

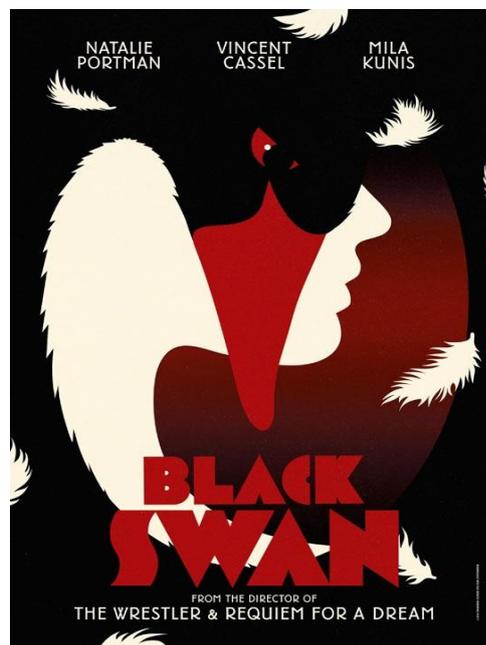


Cartaz 01

<http://www.grandesfilmes.com.br/2011/02/cartazes-de-cisne-negro.html>

O próximo cartaz a ser analisado é inspirado no movimento artístico vanguardista russo, conhecido como Construtivismo. O que se vê nesse cartaz é uma tentativa de narrativa contínua da história do filme. A imagem denota pura e simplesmente a visão de um cisne negro com a cabeça curvada para baixo. Porém ao segmentar a linguagem visual do cartaz é possível uma interpretação com base nos significantes da imagem. O significante segundo Roland Barthes é um mediador material do significado, ou seja, o significante é o meio pelo qual o significado terá sentido. Pensando nisso foi feita uma decupagem dos significantes do cartaz 02 afim de que se achem os significados e os signos. Novamente três cores se destacam na composição do cartaz: branco, preto e vermelho. Não se vê simetria, pois, apesar das formas curvilíneas o caos impera. A leitura da imagem começa no canto superior direito, segue pela parte inferior e termina no canto superior esquerdo. Temos a imagem do cisne negro, da silhueta feminina e as penas como os significantes da mensagem visual. Nota-se a intercalação entre o cisne negro e a silhueta da mulher, no caso Nina, justamente no olho. A representação de um ser único, junção da mulher com o cisne, caracteriza-se com a imagem psíquica do significante, ou seja, o significado. As penas, soltas avulsamente pelo cartaz,

funcionam como signos plenos, nesse caso: a leveza e inocência da protagonista. Há ainda uma terceira interpretação: é notadamente visível no centro do cartaz um círculo formado pelo cisne e pela silhueta da mulher. Tal disposição remete-nos ao símbolo oriental Yin- Yang, tal símbolo representa as duas formas complementares que regem o mundo. Yin (preto) conota uma pessoa de natureza persuasiva, fria e de hábitos noturnos. Tudo o que representa o cisne negro para a personagem Nina. Já Yang representa aquele que é diurno, luminoso e quente. O que Nina costumava ser antes da sua degradação pessoal. Tal signo plástico funciona como catalisador no entendimento da mensagem visual do cartaz.



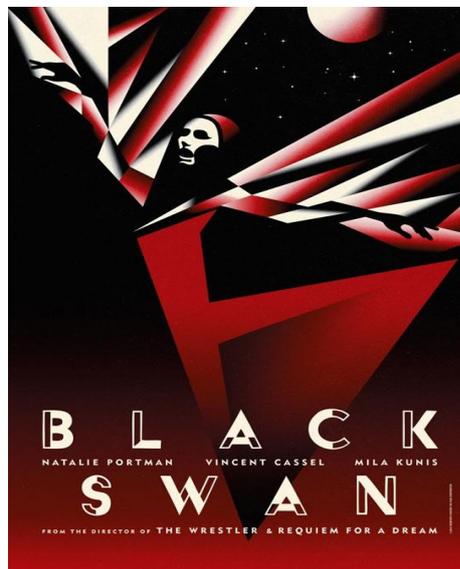
Cartaz 02

<http://www.grandesfilmes.com.br/2011/02/cartazes-de-cisne-negro.html>

A inspiração para o terceiro cartaz artístico do filme Cisne Negro vem do movimento europeu conhecido como Cubismo. Há nesse cartaz uma rejeição à noção de perspectiva e representação do espaço, mostrando certa liberdade na manipulação dos elementos dispostos na mensagem visual. O cartaz em si é um recorte de uma cena do filme, onde Nina (caracterizada como cisne negro) faz o seu último número, no qual ela personifica o próprio cisne com penas ao longo dos braços e postura semelhante a do animal. Há nesse cartaz uma tentativa de “interpretar as formas da natureza por intermédio de formas geométricas fundamentais (esferas, cilindros, cones, cubos, paralelepípedos).” (Joly, MARTINE. 1994)

A imagem pode ser dividida em dois blocos: a parte superior da imagem, mais carregada de significantes e a parte inferior com o nome do filme e os membros inferiores da bailarina. A

forma geométrica predominante é o triângulo e algumas variações do mesmo. Pode-se encontrá-los nas três cores predominantes do cartaz: branco, vermelho e negro. Os triângulos representam as asas do cisne pronto para alçar vôo frente ao universo, representado pela lua e o céu estrelado na parte superior da imagem. As cores e texturas direcionam o olhar para cima, em uma tentativa de dar movimento para a figura central. Em contraposição aos triângulos existem dois elementos que conferem leveza a imagem: o rosto e as mãos da bailarina. As “asas” torna-se o símbolo de liberdade que a personagem tanto almeja em relação à sua própria mãe. E é em busca dessa liberdade visualizada no cisne negro que Nina se submete a estafante tarefa de compor dois personagens. É a criatura que se volta ao criador, que nesse caso se deixar envolver.

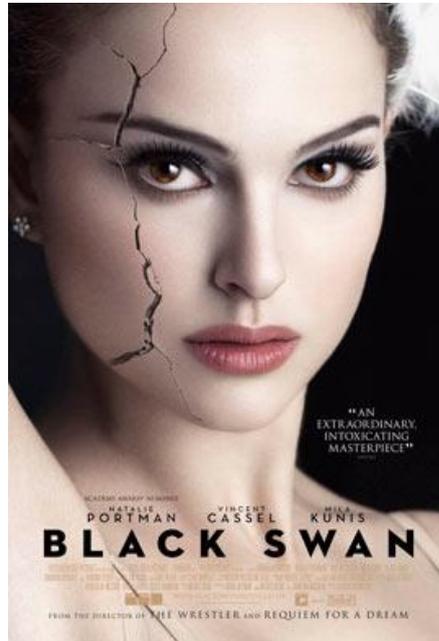


Cartaz 03

<http://www.grandesfilmes.com.br/2011/02/cartazes-de-cisne-negro.html>

O próximo cartaz é focado na fotografia e possui um teor mais comercial, porém ainda faz uso de um movimento artístico bastante conhecido, o Surrealismo. Nesse a comunicação é voltada inteiramente para Nina, a personagem principal do filme interpretada pela atriz Natalie Portman. Ao contrário dos outros cartazes, onde no fundo predominava o branco, nesse é justamente o contrário. Aqui o cisne branco é a principal imagem e é ela que carrega todos os significantes da mensagem visual. Toda a pureza de Nina é representada pela iluminação estourada na parte direita da imagem. Já na parte esquerda o que chama a atenção é a rachadura que cobre todo o rosto da personagem. Tal rachadura caracteriza-se como um signo indicial, no caso uma porcelana frágil que ao menor impacto pode fazer-se em pedaços. O

significado funciona como a representação psíquica da própria porcelana e todas as características lhe atribuídas: fragilidade, beleza e dureza. O signo icônico da “boneca de porcelana” representa o quão Nina é frágil e suscetível à quebra quando está sob pressão, que é o que acaba acontecendo com ela no decorrer do filme.



Cartaz 04

<http://www.grandesfilmes.com.br/2011/02/cartazes-de-cisne-negro.html>

CONCLUSÃO

Vimos que o cartaz desempenha um papel muito importante na nossa sociedade de consumo: o de suporte da imagem no ambiente urbano. Uma das suas principais funções é a de informar, de forma didática e objetiva um anúncio. Também vimos que outra função igualmente importante é a de propaganda ou publicidade, onde o maior argumento para convencer e seduzir é a argumentação. Por último não poderíamos deixar de citar sua função estética, onde o cartaz sempre sugere mais do que diz. De acordo com Moles o cartaz estético segue uma série de especificidades:

Evoca imagens memorizadas, mas nesta evocação atrai uma série de conotações que lhe constituem um campo estético superposto ao seu campo semântico. O jogo das cores e formas, o jogo das palavras e das imagens, o contraste e a suavidade, são fatores onde se exerce sua função

artística. Um cartaz pode, pela beleza, desempenhar, em relação à massa social um outro papel além daquilo que ele tem a dizer. (Debates, p. 55, 2004)

Através da análise dos cartazes publicitários do filme *Cisne Negro*, por meio do Método de Roland Barthes chegou-se a conclusões contundentes acerca da comunicação dos mesmos, e suas respectivas leituras. Notou-se também uma forte influência semiológica na composição dos cartazes, que foi evidenciada no decorrer da decupagem das mensagens visuais destes. Os cartazes informam de forma sutil o enredo do filme, através de elementos implícitos na composição imagética e, portanto difíceis de serem lidos pelo público. Chegamos à conclusão de que a leitura dos cartazes publicitários, principalmente os que possuem um cunho mais artístico, possui uma comunicação voltada para as pessoas com maior grau de intelectualidade. Isso se dá pelo fato de que os cartazes possuem um teor conotativo muito grande que necessita por parte dos leitores um alto grau de cultura. Os signos plásticos presentes na composição das imagens conotam informações acerca do filme e da sociedade na qual os personagens estão inseridos que muitas vezes só são percebidas por pessoas atentas. Os que procuram o filme por simples entretenimento acabam não consumindo tal tipo de mensagens. Talvez esse tenha sido o propósito de tais cartazes artísticos, fazer com que o filme fosse consumido por um público envolto em uma cultura superior. Fornecer elementos de significação somente pra um determinado público foi o jeito que os produtores encontraram para segmentar seu produto.

Muitas vezes tem-se dito que a nossa sociedade é uma civilização da imagem, voltada para o ambiente artificial construído pelo homem por meio de elementos que servem como significados para o seu próprio mundo. É assim com a fotografia, com o jornal, cinema, televisão e principalmente com o cartaz, todos eles elementos motores desta forma de mundo exterior construído pela sociedade. É com o intuito de fomentar a discussão acerca de tal civilização da imagem que este artigo se propôs a analisar os cartazes publicitários do filme *Cisne Negro*. Tal recorte proporcionou um estudo mais aprofundado nas relações emocionais, sociais e pessoais da protagonista. Todas as leituras contidas nos cartazes foram tidas pelo método de Roland Barthes, método este que se mostrou bastante eficaz na obtenção de resultados. Por fim, deixa-se claro que os cartazes publicitários do filme representam a nossa sociedade tal como ela é, cabe a cada pessoa fazer a sua leitura, de acordo com o contexto ao qual está inserido.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, R. E. S.; SANTOS, T. K.S. **A exposição conceitual do filme Batman – o cavaleiro das trevas através da comunicação visual de seus cartazes.** Aracaju - Universidade Tiradentes, 2008.

BARTHES, Roland. **A Aventura Semiológica** . 1ª. Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001. 339 p.

BARTHES, Roland. **Elementos de semiologia.** 16. Ed. São Paulo: Cultrix, 2006. 113 p.

COLI, Jorge. **O que é arte.** 15. Ed. São Paulo: Brasiliense, 1995. 134 p.

GOMBRICH, E.H. **A história da arte.** 16. Ed. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1999. 688 p.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem.** 12. Ed. Campinas - SP: Papyrus, 1996. 152 p.

MOLES, Abraham Antoine. **O cartaz.** 2. Ed. São Paulo: Perspectiva, 2004. 252 p.

NOTH, W.; SANTAELLA, L. **Imagem: cognição, semiótica, mídia.** 4. Ed. São Paulo: Editora Iluminaras Ltda., 2005. 209 p.

POSHAR, Andréa. **A influência estética dos cartazes artísticos na publicidade moderna.** Revista eletrônica temática. Paraíba, 2007.

SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica Aplicada.** São Paulo: Cengage Learning, 2008. 4. reimpr. da 1. Ed. De 2002. 186 p.

Arte Moderna: Construtivismo II. Disponível em:
<<http://artemodernafavufg.blogspot.com/2009/07/construtivismo.html>>. Acesso em 16 de Abril de 2011.

Cisne Negro: 7 incríveis cartazes do filme. Disponível em:
<<http://www.grandesfilmes.com.br/2011/02/cartazes-de-cisne-negro.html>>. Acesso em 17 de Junho de 2011.