

## Welles, Hitchcock e Kubrick: dos rastros ao arquivo audiovisual de *trailers*<sup>1</sup>

Patricia de Oliveira Iuva<sup>2</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

### RESUMO

Este artigo discute as semioses que agenciam novas experiências audiovisuais do *trailer* cinematográfico, as quais conjugadas num arquivo articulam marcas de especificidades de uma dada produção e estética audiovisual. A metodologia sustenta-se em dois conceitos chave: o de *desconstrução*, a partir de Derrida, e o de *arquivo*, de Michel Foucault. Ou seja, trata-se de considerar os rastros dos *trailers* que apontam para expressões minoritárias, para, então, conjugá-las em um arquivo em que os regimes do visível e do enunciável evidenciam relações estéticas e de linguagem da máquina comunicante trailerífica com outras manifestações audiovisuais.

**PALAVRAS-CHAVE:** *trailer*; rastros; arquivo; semiose; audiovisual.

### 1. Dos rastros ao arquivo

A palavra *trailer*, termo anglo-saxão, agrega significados tais como “aquilo que arrasta” ou “aquilo que segue a pista”. Essas agregações me levam, diretamente, a pensar no conceito de *rastros* trabalhado por Derrida. A noção de rastros, para o senso comum, varia de acordo com seu referencial, ou seja, do ponto de vista do futuro o rastro remete a algo do passado, do que já foi. No entanto, do ponto de vista do presente, o rastro aponta para um futuro, de algo que pode vir a ser; de qualquer forma trata-se da espacialização do *rastro*, isto é, o rastro encarado como um elemento do tempo de cronos: “[...] o presente divino é o círculo inteiro, enquanto que o passado e o futuro são dimensões relativas a tal ou tal segmento que deixa o resto fora dele” (DELEUZE, 1989, p.153). Porém, se pensarmos o rastro no tempo de Aion<sup>3</sup>, teremos o “mais pleno presente, presente que se espalha e que compreende o futuro e o passado, eis que surge um passado-futuro ilimitado [...]” (ibidem, 1989, p. 153). Em outras palavras,

o movimento de significação trabalha antes com múltiplas temporalidades: um elemento presente, que não está sozinho mas conserva marca de um elemento passado e, moldando-se por essa marca, relaciona-se com o elemento futuro” (MARCONDES FILHO, 2004, p. 227).

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Semiótica da Comunicação do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da UFRGS, email: [patiuva@yahoo.com.br](mailto:patiuva@yahoo.com.br)

<sup>3</sup> De acordo com Pelbart (2004, p.67-68), o tempo de Aion é o tempo incorporal, infinito em passado e futuro.

Ou seja, encontram-se no *trailer* rastros de uma dada estética e de formas de produção que apontam para um futuro, mas também, que nos remetem a um passado. É possível dizer, ainda, que se identificam rastros de *trailer* em certas produções audiovisuais, como por exemplo, em filmes que prometem outros filmes, em videoclipes que se constroem esteticamente a partir de marcas que remetem ao *trailer*, e assim por diante. Pois os elementos *traileríficos* se constituem a partir dos rastros de cada um dos outros elementos da cadeia audiovisual, organizando-se num jogo de remissões, o qual opera uma tessitura, ou melhor, um texto. Daí que “*não existe, em toda parte, a não ser diferenças e rastros de rastros*” (DERRIDA, 2001, p. 32). Contemplar o *trailer* como um texto, significa assumi-lo como um tecido cujos sentidos não estão presentes, mas que se fazem num jogo de integração dos fragmentos, os quais se complementam nas sínteses, nas remissivas, nos traços e rastros:

[...] nenhum elemento pode funcionar como signo sem remeter a um outro elemento, o qual, ele próprio, não está simplesmente presente. Esse encadeamento faz com que cada “elemento” – fonema ou grafema- constitua-se a partir do rastro, que existe nele, dos outros elementos da cadeia ou sistema. Esse encadeamento, esse tecido, é o *texto* [...] (ibidem, 2001, p. 32).

Quer dizer, o elemento presente enquanto o *trailer* não está sozinho, pois conserva marcas de elementos passados (de um cinema passado), mas também se molda para um futuro, que pode ou não ser o filme, pois, considerando as linhas de fuga, poderíamos dizer que ali existem marcas de uma dada produção audiovisual que está por vir, ou ainda, que está em pleno acontecimento. Vejo o *trailer*, não mais apenas como uma peça que divulga o filme, mas como uma máquina comunicante conectada a outras tantas com intuito de divulgar a si mesmo enquanto uma estética autônoma.

Sendo assim, as análises não recaem sobre os signos tal como numa análise fílmica, mas sobre as práticas que formam os objetos dos quais falam. O mesmo discurso se distribui e aparece em diferentes *trailers*, seja através de seus enunciados ou através de suas imagens. Devido a isso, utilizo as categorias do *visível* e do *enunciável*, trabalhadas por Deleuze (2006) a partir de Foucault, a fim de observar nos *trailers* formações discursivas relativas à certa prática audiovisual, bem como retirar deles momentos significativos, ou seja, retiro do fluxo audiovisual as visibilidades e as enunciabilidades para discorrer uma análise sobre certa construção estética e produtiva.

A partir desses questionamentos teóricos, a proposta teórico-metodológica considera a formação de um arquivo (FOUCAULT, 1995) em que o movimento de autonomização do *trailer* se explicita, pois “o arquivo é, também, o que faz com que todas as coisas ditas não se acumulem indefinidamente em uma massa amorfa [...] mas que se agrupem em figuras distintas, se componham umas com as outras segundo relações múltiplas” (ibidem, 1995, p. 149).

Portanto, está-se pensando numa formação discursiva dos *trailers* de onde surgem enunciados específicos, que quando combinados no arquivo dialogam com outras materialidades audiovisuais discursivas. Existe uma especificidade no interior do arquivo, um *ser-trailer*, no entanto, coexistem com esse modo de ser do *trailer* outros formatos, gêneros e modos de ser do audiovisual. Quer dizer, porosidades de outros campos, tais como o cinema, o vídeo, a publicidade, a internet, a televisão estabelecem relações de tensão com o *trailer*. Isto é, desconstrói-se uma lógica identitária e num movimento de desterritorialização tensionam-se conceitos e regras que possibilitam o agenciamento de novas paisagens audiovisuais relativas a aspectos estéticos e produtivos.

A desconstrução neste trabalho opera a montagem de um arquivo audiovisual de experiências que escapam aos modelos centrais da publicidade, bem como de alguns *trailers* selecionados para o *corpus* de análise. A partir disso consegue-se pensar numa dada autonomia estética e produtiva do *trailer*, pois a desconstrução

Es un estadio de inversión necesario para subvertir la jerarquía original de modo tal que el primer componente pase a ser al segundo. Pero con el tiempo debemos darnos cuenta de que la nueva jerarquía es también inestable, y entregarnos al libre juego de los opuestos binarios dejando las jerarquías de lado. Entonces podremos advertir que ambas lecturas, como muchas otras, son igualmente posibles (POWELL, 1997, p. 30).

No interior desse arquivo a publicidade aparece tal como um fantasma, e perde sua função hegemônica, abrindo espaços para “uma prática que faz surgir uma multiplicidade de enunciados como tantos acontecimentos regulares, como tantas coisas oferecidas ao tratamento e à manipulação” (FOUCAULT, 1995, p.150). Os diferentes níveis que se formam no arquivo fazem aparecer as regras de uma prática que permite aos enunciados subsistirem, “é o *sistema geral da formação e da transformação dos enunciados*” (ibidem, 1995, p. 150). Daí que, lembrando as considerações acerca dos *rastros*, acredito ser possível dizer que o arquivo composto não é de forma alguma fechado e estático, ou seja, ele está aí para ser ampliado. Assim como os audiovisuais que o compõe congregam marcas que

direcionam a formação de um arquivo, esse último deixa pistas para outros audiovisuais que podem vir a integrá-lo. Pois as remissivas a outros elementos não cessam, a cada nova relação surgem outros questionamentos, outras discursividades, novas paisagens.

## 2. O visível e o enunciável

Nos termos das audiovisualidades, pode-se pensar as estratificações na ordem dos movimentos de territorialização, desterritorialização e reterritorialização. Isto é, existem fluxos, intensidades, movimentos, que ao se sedimentarem constituem os estratos, os quais, por sua vez, constroem a noção de território. Os estratos articulam *um conteúdo* e *uma expressão*, ou seja, tais estratos, de acordo com Deleuze (2006), são feitos de coisas e palavras, de ver e falar, de visível e de dizível, de regiões de visibilidade e campos de legibilidade, de conteúdos e expressões. Deleuze apresenta dois aspectos essenciais com relação aos estratos:

por um lado, cada estrato, cada formação histórica implica uma repartição do visível e do enunciável que se faz sobre si mesma; por outro lado, de um estrato a outro varia a repartição, porque a própria visibilidade varia em modo e os próprios enunciados mudam de regime (DELEUZE, 2006, p. 58).

Assim, pode-se dizer que, no início do século XX, o cinema surgia como uma nova maneira de ver e fazer ver, ou melhor, de registrar as coisas do mundo. Já, um pouco antes da metade do século, passou-se a ter o cinema como outra maneira de contar histórias, diferentemente da literatura, do teatro. “Há aí uma ‘evidência’, uma percepção histórica ou sensibilidade, tanto quanto um regime discursivo” (idem, ibidem). “Maneira de dizer e forma de ver, discursividades e evidências, cada estrato é feito de uma combinação de duas e, de um estrato a outro, há variação de ambas e de sua combinação” (idem, ibidem). Hoje, temos outra determinação de visíveis e enunciáveis: o audiovisual, sendo atualizado neste trabalho, pelo *trailer*.

O audiovisual entendido nesta perspectiva foucaultiana desenvolvida por Deleuze (2006), seria caracterizado por uma tensa relação entre os regimes de enunciação (enunciável) e de visibilidade (visível), os quais corresponderiam, respectivamente, ao som e à luz. Cabe dizer, no entanto, que para Foucault, o enunciado tem preferência, mas somente porque o visível tem suas próprias leis e uma autonomia que o põe em relação com o enunciado.

As visibilidades não se confundem com os elementos visuais ou mais geralmente sensíveis, qualidades, coisas, objetos, compostos de objetos [...] as visibilidades não são formas de objetos, nem mesmo formas que se revelariam ao contato com a luz e com a coisa, mas formas de luminosidade, criadas pela própria luz e que deixam as coisas e os objetos subsistirem apenas como relâmpagos (DELEUZE, 2006, p. 62).

Acredito que se nos remetermos ao cinema, veremos que as considerações de Foucault quanto às visibilidades encontram certa correspondência, quer dizer, a imagem no cinema é a própria luz, que cria suas formas e permite seus movimentos. A luz, inseparavelmente da máquina, cria visibilidades. A formação histórica assim engendrada faz reverberar os sintomas de uma *máquina-audiovisual*, que no caso do *trailer*, desdobra-se em dimensões de um dado *desejo* maquínico que produz, agencia elementos.

Por outro lado, sobre os enunciados, Foucault afirma que a condição mais geral dos mesmos não está na importância de um sujeito, e sim, num “DIZ-SE, murmúrio anônimo no qual posições são apontadas para sujeitos possíveis: ‘um grande zumbido incessante e desordenado do discurso’” (DELEUZE, 2006, p.64). O autor se opõe a três maneiras de fazer começar a linguagem: (1) pelas pessoas, ainda que não sejam entidades físicas; (2) pelo significante enquanto organização interna; e (3) por uma possibilidade fenomenológica, do tipo o “Mundo diz”. O grande murmúrio, para Foucault, é o *ser-linguagem* ou o ‘há’ linguagem. Cada época tem a sua maneira de reunir a linguagem, em função de seus *corpus*<sup>4</sup>.

Sendo os enunciados inseparáveis dos regimes, penso que o ser-linguagem da contemporaneidade é da ordem de uma dada produção audiovisual, que se enuncia, que se dispersa conforme seu limiar. O audiovisual se enuncia através do *trailer*, de modo que as condições deste último tornam enunciáveis, dizíveis ou legíveis suas promessas enunciadas: “o que se pode concluir é que cada formação histórica vê e faz ver tudo o que pode, em função de suas condições de visibilidade, assim como diz tudo o que pode, em função de suas condições de enunciado” (DELEUZE, 2006, p. 68).

Sobre as visibilidades, diz-se que elas não são definidas pela visão, uma vez que se trata de complexos de ações e paixões, de ações e reações, ou seja, há uma visibilidade virtual, que domina todas as experiências perceptivas. Deleuze (2006) mostra que entre a luz e a linguagem, entre as visibilidades determináveis e os enunciados determinantes há uma diferença de natureza: “embora eles se insiram um no outro e não parem de se

<sup>4</sup> DELEUZE, Gilles. *Foucault*. São Paulo: Brasiliense, 2006, p. 65.

interpenetrar” entre os dois não há isomorfismo. É o que ele chama de uma “não-relação”. Em suma, existem procedimentos enunciativos e processos maquínicos.

Há uma disjunção entre falar e ver, entre o visível e o enunciável: ‘o que se vê não se aloja mais no que se diz’, e inversamente. A conjunção é impossível por duas razões: o enunciado tem seu próprio objeto correlativo, que não é uma proposição a designar um estado de coisas ou um objeto visível, como desejaria a lógica; mas o visível não é tampouco um sentido mudo, um significado de força que se atualizaria na linguagem, como desejaria a fenomenologia. O arquivo, o audiovisual é disjuntivo. Por isso não surpreende que os exemplos mais completos de disjunção ver-falar se encontram no cinema (DELEUZE, 2006, p.73).

Percebo nessa problemática disjunção/conjunção um lugar do *trailer*, isto é, as reflexões que dizem do *trailer* enquanto um audiovisual que busca justapor as imagens de acordo com os diálogos e textos desconsideram o fato de que entre os regimes de visibilidade e de enunciação não há conformidade. Daí que nos *trailers* não há encadeamento indo do visível ao enunciado ou do enunciado ao visível, assim, a voz over<sup>5</sup> não opera conjunções entre som e imagem, mas ao contrário, o que se fala e o que se vê não são a mesma coisa. No entanto, é justamente nessas rupturas, é nesse movimento que “o visível e o enunciável formam um estrato, mas sempre atravessado, constituído por uma fissura central” (ibidem, 2006, p. 74).

De um lado, “por mais que se diga o que se vê, o que se vê não se aloja jamais no que se diz, e por mais que se faça ver o que se está dizendo por imagens, metáforas, comparações, o lugar onde estas resplandecem não é aquele que os olhos descortinam, mas o que as sucessões da sintaxe definem”; de outro lado, “é preciso admitir, entre a figura e o texto, toda uma série de entrecruzamentos, ou antes ataques lançados de um ao outro, flechas dirigidas contra o alvo adversário, operações de solapamento e de destruição, golpes de lança e os ferimentos, uma batalha...”, “quedas de imagens em meio às palavras, relâmpagos verbais que rasgam os desenhos”, “incisões do discurso na forma das coisas”, e inversamente (ibidem, 2006, p. 75).

Sendo assim, há que se considerar a heterogeneidade das duas formas: de um lado os enunciados do *trailer*, e de outro as visibilidades do mesmo. As relações de tensão entre o som e a luz, entre a promessa enunciável e o maquínico visível, respectivamente. Temos uma composição estratificada: o visível e o enunciável, “a receptividade da luz e a

---

<sup>5</sup> A voz over é aquela cuja fonte encontra-se fora do universo diegético, tal como uma instância narradora fora do filme e/ou do *trailer*. Esse é um uso bastante recorrente na produção *trailerífica*.

espontaneidade da linguagem, operando além das duas formas ou aquém destas” (DELEUZE, 2006, p. 77).

### 3. Do signo à semiose

Entremeado às reflexões que visam desconstruir uma dada semiologia do cinema, jaz uma idéia que penso ser de primordial importância para a compreensão do *trailer* e suas audiovisualidades: a semiose, que

nessa perspectiva, é um processo dinâmico no qual o signo, influenciado pelo seu objeto precedente, desenvolve o efeito do signo num interpretante subsequente. O signo não serve apenas como um mero instrumento de pensamento, mas desenvolve sua própria dinâmica que é, de certo modo, independente da mente de um indivíduo. Além disso, semiose não se restringe à produção e interpretação de signos nos seres humanos; tampouco existe dualismo entre mente e matéria. Trata-se de uma teoria sobre a continuidade entre ambos (NÖTH, 2001, p. 54).

Essa noção de semiose está bastante relacionada ao que conhecemos por um *continuum virtual*. Para Peirce (*apud* Nöth, 2003), cada pensamento tem de dirigir-se a outro, daí que o processo contínuo, a que se chama semiose, só pode ser interrompido, mas nunca realmente finalizado. Quer dizer, a idéia de um *ad infinitum* está presente: no entanto, podemos associar o processo ilimitado da semiose com um *continuum* de possibilidades. O plano de imanência do virtual, os agenciamentos e as conexões rizomáticas, através da criação de territórios, desterritorializações e reterritorializações operam no processo contínuo de semioses.

Neste trabalho pode-se identificar duas semioses operadas pelo *trailer*: uma semiose da falta (quando o mesmo é pensando em termos publicitários enquanto um objeto que promete outro: o filme), e outra que agencia a presença (pensando o trailer enquanto expressão do desejo como positividade, ao estabelecer relações com outros audiovisuais). Neste item gostaria de acrescentar algumas reflexões sobre *falta* e *desejo*.

As intensidades, os fluxos, as linhas de fuga que se agitam no interior do território *trailer-cinematográfico*, são agenciadas por uma máquina-*trailer* que deseja outros corpos. Daí que o desejo se coloca, aqui, não como uma associação à falta, mas como o que viabiliza as passagens entre o virtual das intensidades e o atual das formas.

O problema do desejo associado à lei da falta é o pressuposto de que “já que tenho um desejo, há em algum lugar, mas não neste mundo, esse tal objeto que é a chave do meu



desejo” (MARCONDES FILHO, 2004, p. 122). Instaura-se, assim, o par possível/impossível, pois, atormentado pela falta, o indivíduo supõe uma imagem ideal, transcendente, inacessível, e se move, então, pelo desejo. No entanto, o desejo, de acordo com Deleuze e Guattari<sup>6</sup>, não carece de nada, o desejo, ao contrário, é um conjunto de sínteses (conectivas, disjuntivas, conjuntivas) que fabricam os objetos parciais, os fluxos, os corpos e funcionam como unidades de produção.

A semiose da falta agrega as noções de insuficiência do ser e de culpabilidade, uma vez que estamos sempre atrás de algo mais, este ‘algo’ que não se alcança, pelo qual nos culpamos por desejar e pelo qual continuamos a existir. É a operação de um regime capitalístico que se apropriou dos discursos de liberdade e de criação para nos aprisionar nesta ‘busca’ (jornada) infindável de uma promessa que nunca será cumprida, de modo que toda a potencialidade, toda a excessividade do desejo fica escondida. Mas continua ali, insiste e subsiste a tudo,

ao desejo não falta nada, não falta seu objeto; desejo e objeto são uma e única coisa. É antes o sujeito que falta ao desejo. O desejo é máquina, o objeto do desejo é máquina ligada, o produto é extraído do produzir, que vai dar um resto ao sujeito nômade e vagabundo: o ser objetivo do desejo é o Real em si mesmo (MARCONDES FILHO, 2004, p. 122).

Sendo assim, observo que, hoje, existe uma produção audiovisual cujas características referem-se, de modo homogêneo, a uma lógica globalizada. Isto é, produzem-se modelos-padrão que ditam as regras do mercado. Pode-se dizer que a produção do *trailer* está delineada por aspectos publicitários do mercado cinematográfico, no entanto, dentro dessa organização há movimentos de desestabilização, provenientes do desejo por outras sínteses, outros corpos, de modo que podemos vislumbrar outros perfis desses *trailers*. Ou seja, não importa para onde o *trailer* é enviado, independentemente de países, culturas, a produção *trailerífica* está infectada por certa homogeneidade, mas que coexistem com linhas de ruptura, as quais se movimentam no interior do *corpo-trailer*, tal como átomos; e, encontram nos agenciamentos maquínicos vias de acesso para outras atualizações.

As tecnologias audiovisuais, por exemplo, representam uma dessas vias que pode mudar um dado regime identitário do *trailer cinematográfico*, pois a viabilização das cópias digitais dos *trailers* implica na possibilidade de mudanças na produção dos mesmos de uma

---

<sup>6</sup> Em MARCONDES FILHO, Ciro. *O Escavador de silêncios*. São Paulo: Paulus, 2004, p. 122.



semana para outra. Assim, se determinado formato final for ao ar e não estiver agradando, ele poderá ser exibido na outra semana com outra configuração. Além disso, o nível de valorização estética cultural, de acordo com o país em que eles forem distribuídos, será maior, ou seja, cada país poderá ter um *trailer* diferente. Isso já acontece no mercado, porém não com tanta frequência, uma vez que as cópias em película custam muito mais do que cópias digitais.

Além das questões tecnológicas contemporâneas, podemos pensar os *trailers* referentes a outros períodos/momentos da produção cinematográfica, tais como os *trailers* referentes aos filmes de Cidadão Kane, Psicose e Laranja Mecânica. Uma vez considerados os elementos sógnicos de tais produtos enquanto rastros que apontam para possíveis relações maquínicas do desejo, abre-se espaço para os regimes de visibilidade e enunciabilidade referentes a configurações estéticas que desestabilizam um dado cenário audiovisual produtivo do *trailer*, já estruturado em torno de modelos e de padrões. Isto é, os regimes identitários cedem aos regimes e semioses imprevisíveis do desejo, que não cessa suas produções, conexões, disjunções.

#### 4. Especificidades traileríficas em Cidadão Kane, Psicose e Laranja Mecânica

Com relação ao *trailer* de *Cidadão Kane*<sup>7</sup>, pode-se dizer que mais do que saber do filme, o que importa, igualmente, é conhecer quem faz o filme, quem está por detrás das “máscaras dos personagens”. Com relação a isso, o regime operado por Welles no *trailer* é o de enunciar o ator ou atriz que estaremos visualizando na tela. Porém, vale mencionar que o que vemos são cenas mostrando esses artistas nos seus momentos de ensaio, de preparo, de intervalo, enfim, o espectador é conduzido ao *backstage*, é inserido no universo da produção cinematográfica, o que, obviamente, dá à seqüência um tom do que hoje conhecemos por *making of*.

Todas as cenas que aparecem não estão relacionadas ao filme ou à história do filme. Mas então, o que é que essas imagens produzem? Se lembrarmos as considerações de Derrida acerca dos *rastros*, podemos entender que tais imagens presentes não estão sozinhas, nem mesmo encerram em si suas significações. Mas ao contrário, operam marcas remissivas a outro “tipo” de *trailer*. Um *trailer* que se faz ao mostrar o *backstage*, ao revelar o que acontece por detrás das câmeras, ao enunciar e tornar visível o *making of* das

---

<sup>7</sup> *Citizen Kane* é um filme norte-americano do ano de 1941, uma produção do *Mercury Studios* e da *RKO Radio Pictures Inc.* e primeiro filme de Orson Welles.

produções. Isso nos leva a considerar um jogo de devires entre os *making of's* e os *trailers*. Ou seja, não se pode mais falar em definições universais (*isto é isto ou aquilo é aquilo*), mas sim, considerar as virtualidades dos objetos.

O que também podemos observar no *trailer* é a estratégia de Orson Welles em se colocar como narrador do *trailer* e para isso utilizar a imagem de um microfone. Isto é, o diretor, que ganhou notoriedade com suas locuções no rádio, ocupa esse lugar novamente, e acaba possibilitando, também, uma reflexão sobre o som e a imagem no cinema. É relevante lembrar que o advento sonoro no cinema data de 1930, e por mais que tenham se passado dez anos quando do lançamento de Cidadão Kane, tal problemática ainda se fazia presente, como se faz até hoje. Há quem diga que cinema é imagem em movimento, e que o sonoro não desempenha papel determinante, que esse é apenas um preenchimento da obra. Há também aqueles que na época, tal como Chaplin, detestaram a possibilidade de falas no cinema, e há aqueles que por causa disso perderam seus empregos como atores ou atrizes, já que seus rostos ficavam ótimos na tela, mas suas vozes não.

Ao esconder-se atrás da voz e da imagem do microfone, Orson Welles faz despontar uma relação tensa entre som e imagem. Tensa, pois se valoriza extremamente, no seu *trailer*, o regime sonoro, é através de seus comandos verbais e audíveis que a imagem se dá a ver. Ou melhor, a palavra, o som, tem voz de comando no cinema; ela também, tal qual a imagem, “ilumina”, já que são as falas e os dizeres os responsáveis por “iluminarem” um dado Cidadão Kane. De uma maneira geral, o *trailer* de Cidadão Kane pode ser dividido nessas três grandes partes (início, meio e final do *trailer*) que são intercaladas (1) pelas imagens do elenco no *backstage* e (2) pelas cenas dos personagens falando sobre Kane; o curioso é que essas imagens em que os personagens aparecem, também, não fazem parte do filme, são cenas que foram cortadas da edição final do filme. Quer dizer, tudo o que o espectador vê neste *trailer* não está no filme. Acredito que essa falta de referencialidade ao filme é a maior especificidade do *trailer* de Welles, aspecto que vem ao encontro da idéia de autonomização da produção *trailerífica*.

Assim como o *trailer* de Cidadão Kane, o *trailer* de Psicose<sup>8</sup> também agrega o caráter inovador, ao apresentar o diretor Alfred Hitchcock como o condutor do passeio pela locação de seu novo filme. Aqui a marca da autoria parece ser mais forte pelo fato de que podemos ver a pessoa de Hitchcock: no entanto, é apenas dele e da locação que o espectador toma conhecimento. Quer dizer, este *trailer* faz dos locais e dos cenários

---

<sup>8</sup> *Psycho* é um filme norte-americano de 1960, dirigido por Alfred Hitchcock.

personagens do filme, e a forma como eles são descritos busca mostrá-los não como algo construído para a obra, mas como algo pertencente à realidade. Isso fica bastante claro quando o diretor diz “I think we can go inside because the place is up for sale. Oh, I don’t know who could it buy it now”<sup>9</sup>.



Figura 01 – Frames da abertura do *trailer* de Psicose

Nesta abertura do *trailer*, o enunciável além de ser visível na tela, é responsável por informar ao espectador o que ele está visualizando na tela: Alfred Hitchcock no cenário de seu mais novo filme Psicose. O que se percebe nesse *trailer* é o cuidado e a intencionalidade da narrativa, ou seja, existe o objetivo de contar algo, e o relevante nisso tudo é que, por mais que Hitchcock saiba que se trata de um filme, de uma história ficcional, ele busca contar os acontecimentos inserindo-os numa dada realidade (1) extradiegética ou (2) diegética. Em outras palavras, se observarmos o tempo do verbo utilizado na narração, veremos que se trata de um tempo passado: ou (1) os eventos realmente aconteceram (são reais, estão para fora do filme); ou, (2) são eventos que fazem parte de um filme, de um filme que já foi feito, quer dizer, o *trailer* localiza-se num tempo pós-filme, desse modo os acontecimentos seriam diegéticos. De uma maneira ou de outra, o que parece despontar neste *trailer* é a relação de Hitchcock com o cinema, com a imagem: uma imagem sem tempo, uma imagem que é conceitual. Sua preocupação jaz sobre os enquadramentos que valorizam a cena fílmica e investem valores sobre ela. Ele complementa tal perspectiva ao recobrir sua narração com adjetivos e tentativa de descrições minuciosas, mas que são suspensas com o intuito de instigar a curiosidade do espectador.

O relato verbal, aquilo que é enunciado por Hitchcock não é inteiramente dado a conhecer, pois as enunciações descritivas dos assassinatos não são visíveis. O que acontece no *trailer* é o atento acompanhamento da câmera, que se preocupa em tornar visíveis os ambientes em que o diretor se encontra. Daí que temos planos abertos, para inserir o

<sup>9</sup> “Eu acho que nós podemos entrar porque a casa está à venda. Oh, mas não sei quem poderia comprá-la agora”.

espectador na atmosfera do cenário, planos fechados no rosto do diretor, para legitimar sua posição de contador e orquestrador da história, e planos médios, de modo a enquadrar a movimentação de Hitchcock pelo espaço e completo domínio do mesmo. Devemos ressaltar também, o tom bem-humorado da narrativa, que combina uma trilha sonora dividida entre os momentos tensos e irônicos das falas.

Ou seja, temos um *trailer* em que nenhuma cena corresponde ao filme original. Quer dizer, podemos identificar aqui uma peça audiovisual bastante independente do filme, uma vez que a narrativa, ainda que faça menção a algo já ocorrido (no caso o próprio filme), pode ser, suficientemente, fechada em si mesmo. É como se estivéssemos diante de um *trailer-curta-metragem* ou até mesmo um *trailer-making of*, isto é, as linhas de fuga que coexistem no interior do *trailer-publicidade* de *Psicose* movimentam-se no sentido de agenciarem e reivindicarem outros lugares de ocupação para o *trailer*: “as multiplicidades definem-se pelo externo, pela *linha de fuga*, segundo a qual elas mudam de natureza e se conectam a outras multiplicidades” (MARCONDES FILHO, 2004, p. 150). Em outras palavras, teríamos a mobilidade das fronteiras da publicidade e do cinema, configurando experimentações e transformações que conduzem à formação de outros territórios, tais como o *trailer-curta-metragem* e o *trailer-making of*, uma vez que “as linhas de fuga, que atravessam as territorialidades, dão provas da presença nelas do imperceptível, do inencontrável (da desterritorialização) e de sua intervenção efetiva (reterritorialização)” (MARCONDES FILHO, 2004, p. 151). *Trailers* que assumem o papel de versões curtas do longa-metragem, ou *trailers* em que as marcas de uma narrativa *making of* se sobressaltam, são exemplos de elementos que escapam aos modelos pré-concebidos de uma dada produção audiovisual, mas que obviamente irão encontrar reorganizações que estratificam, novamente, essas produções.

No *trailer* de *Psicose* “falar e ver, ou melhor, os enunciados e as visibilidades, são elementos puros, condições a priori sob as quais todas as idéias se formulam num momento e os comportamentos se manifestam” (DELEUZE, 2006, p. 69). Assim sendo, Hitchcock se faz ver, mas nessa visibilidade existe também um enunciado, pois como diz Deleuze (2006, p. 69), que tudo seja sempre dito, em cada época, talvez seja esse o maior princípio histórico de Foucault: atrás da cortina não há nada para se ver, mas seria ainda mais importante, a cada vez, descrever a cortina ou o pedestal pois nada há atrás ou embaixo. Ou seja, há que se olhar para a complexidade da construção audiovisual *trailerífica* procurando não o que se esconde, pois não há nada ali, e sim, procurar observar o modo como as coisas

se fazem ver num determinado tempo. Daí que os enunciados estão do lado de uma formação histórica, mas neles subsistem formas e funções relacionadas a outros discursos produtivos e estéticos do *trailer*, que permitem uma re-escritura dos conceitos e regras.

Ao som da “Abertura de Guilherme Tell” de Rossini, num ritmo mais acelerado, Kubrick faz do *trailer* de *Laranja Mecânica*<sup>10</sup> um verdadeiro espetáculo visual que desorienta qualquer espectador, ao mesmo tempo em que o convida para uma viagem ao desconhecido, sem revelar nada da trama do filme. Mistura cenas aleatoriamente intercalando-as com inscrições de palavras na tela. São essas palavras que, de certa forma, constroem uma possível promessa da obra, ou seja, temos adjetivos e substantivos qualificando o filme: “witty, funny, satiric, musical, exciting, bizarro, political, thrilling, frightening, metaphorical, comic, sardonic, Beethoven<sup>11</sup>”.

Tal como uma clipagem, o *trailer* de Kubrick encontra sua especificidade na experimentação de uma linguagem bastante próxima do que hoje conhecemos por “videoclipe”. “Com efeito, não é raro verem-se montagens destinadas a produzir um conceito [...] associado a um produto, mais do que à narração de uma história demonstrativa” (JOLY, 2002, p. 223). Isto é, o que o *trailer* de *Laranja Mecânica* se propõe é jogar com os “conceitos” propostos pelas palavras que aparecem na tela entre as cenas.

De forma emocionante, mas também assustadora, política e cômica, temos um *trailer* cuja estética rompe com a lógica narrativa da época, bem como com a lógica expressiva, já que as sobreposições de imagens são experimentalmente realizadas (ver exemplo nos *frames* abaixo).



Figura 02 - *Frames* do *trailer* de *Laranja Mecânica*

Tais sobreposições serão fortemente desenvolvidas a partir da década de 80 com as produções videográficas. Ou seja, quando Kubrick gritava no set “Luz, Vídeo, Ação”, é como que se ele estivesse antevendo as transformações estéticas. Daí que os movimentos de significação em suas obras contêm elementos cujos rastros nos remetem a um dado futuro.

<sup>10</sup> *Clockwork orange* é um filme de 1971, dirigido por Stanley Kubrick. Trata-se de uma adaptação do romance de Anthony Burgess do ano de 1962.

<sup>11</sup> “mordaz, engraçado, satírico, excitante, bizarro, político, emocionante, assustador, metafórico, cômico, sarcástico, Beethoven”.

No caso do *trailer* de *Laranja Mecânica*, existem imagens que conservam marcas de uma produção audiovisual passada bem como futura: o analógico com inscrições e modificações que remetem às técnicas digitais contemporâneas.

A aproximação com a linguagem videoclíptica se dá pela fragmentação da narrativa e do significado, “podendo acarretar em adiamentos de sentido ou um “soterramento” deste sentido (o sentido encontra-se “submerso”, no meio das tramas das imagens “recortadas”)” (SOARES, 2004, p.15). Cabe ressaltar que a relação com a música também é um elemento chave no *trailer* de *Laranja Mecânica*, mais um motivo que nos leva a pensá-lo paralelamente ao videoclipe, uma vez que neste a música é um constituinte responsável pelo ritmo da montagem: “se a canção apresenta-se mais “rápida”, por exemplo, através de arranjos eletrônicos e batidas sincopadas, há uma tendência a que o videoclipe também se referencie com uma edição mais rápida” (SOARES, 2004, p. 31). E é justamente isso que acontece neste *trailer*: a relação entre a música e a imagem se efetiva.

As cenas que aparecem alternadamente fazem parte do filme, no entanto, a alternância acelerada, no intuito de acompanhar a música, gera bastante desconforto e confusão no espectador, de modo a não comprometer a história. Kubrick proporciona inovações na linguagem *trailerífica*, as quais estão mais próximas de obras de valor estético do que comercial, no caso de *Laranja Mecânica*. Além disso, percebe-se que tal como os *trailers* de *Cidadão Kane* e de *Psicose*, o *trailer* de *Laranja Mecânica* apóia-se no fator diretor, ou seja, ressalta-se o fato de que o filme é de Stanley Kubrick, pois isso confere legitimidade e credibilidade à produção. Tanto na abertura do *trailer* como no encerramento, aparece na tela “*Stanley Kubrick’s Clockwork Orange*”, sob as variações de fundo colorido, as quais são quase imperceptíveis devido à rapidez com surgem na tela.

## **5. O arquivo trailerífico: Welles, Hitchcock e Kubrick**

Acredito que no arquivo *Cidadão Kane*/*Psicose*/*Laranja Mecânica*, o traço mais importante está vinculado a um fazer autoral do *trailer*, isto é, trata-se de construções concebidas e realizadas pelo diretor. Welles, Hitchcock e Kubrick produzem peças *traileríficas* autorais, e cada uma delas revela suas concepções sobre o audiovisual.

De uma maneira geral, as experiências de *Cidadão Kane*/*Psicose*/*Laranja Mecânica* podem ser consideradas “*trailers* de autor”, ou melhor, de diretores que se colocaram imersos no universo de uma dada produção, e que vislumbraram nos *trailers* um novo



espaço –independente do filme-, de expressão política e conceitual sobre a realização cinematográfica. A formação de um arquivo audiovisual permite, portanto, o reconhecimento de modos de expressão minoritários do *trailer* e a criação de acontecimentos audiovisuais autônomos. O que se reforça, portanto, é que o *trailer* não está relacionado apenas com o cinema ou com a publicidade, mas que para além deles, conecta-se com outras máquinas audiovisuais agenciando novas paisagens, cujos rastros apontam para marcas de estética e de linguagem referentes aos videoclipes e making of, neste caso. No entanto, salienta-se que estas configurações podem se transformar a partir de quaisquer outros movimentos semióticos.

## REFERÊNCIAS

- DELEUZE, Gilles. **Lógica do sentido**. São Paulo: Perspectiva, 1989.
- DELEUZE, Gilles. **Foucault**. São Paulo: Brasiliense, 2006.
- DERRIDA, Jacques. **Posições**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.
- FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense, 1995.
- JOLY, Martine. **A imagem e a sua interpretação**. Lisboa: 70, 2002.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **O escavador de silêncios**. São Paulo: Paulus, 2004.
- NÖTH, Winfred. Máquinas semióticas. **Revista Galáxia**, n. 1, p. 51-73: 2001.
- \_\_\_\_\_. **Panorama da semiótica – de Platão a Peirce**. São Paulo: Annablume, 2003.
- PELBART, Peter P. **O tempo não reconciliado**. São Paulo: Perspectiva, 2004.
- POWELL, Jim. **Derrida para principiantes**. Buenos Aires: Era Naciente SRL, 1997.
- SOARES, Thiago. **Videoclipe: o elogio da desarmonia**. Recife: Do Autor, 2004.