

EDUARDO J. M. CAMILO
FRANCISCO JAVIER GÓMEZ-TARÍN
LUÍS NOGUEIRA
(EDS.)

PARTILHAR SABERES SABERES PARA COMPARTIR

VOLUME III

**NARRATIVAS MÍNIMAS NOS NOVOS DISCURSOS AUDIOVISUAIS
METODOLOGIAS E ANÁLISES DE CASO**

NARRATIVAS MÍNIMAS NOS NOVOS DISCURSOS AUDIOVISUAIS

METODOLOGIAS E ANÁLISES DE CASO

EDUARDO J. M. CAMILO
FRANCISCO JAVIER GÓMEZ-TARÍN
LUÍS NOGUEIRA
(EDS)



LABCOM.IFP

Comunicação, Filosofia e Humanidades

Unidade de Investigação

Universidade da Beira Interior

Ficha Técnica

Título

Narrativas Mínimas nos Novos Discursos Audiovisuais
Metodologias e análises de caso

Editores

Eduardo J. M. Camilo, Francisco Javier Gómez-Tarín
e Luís Nogueira

Tradutores

Eduardo J. M. Camilo, Luís Nogueira, Raquel Cabral
e Josiane Gothardo

Editora LabCom.IFP

www.labcom-ifp.ubi.pt

Colecção

LabCom

Série

Comunicação Estratégica

Direcção

José Ricardo Carvalheiro

Design Gráfico

Cristina Lopes

ISBN

978-989-654-331-0 (papel)

978-989-654-333-4 (pdf)

978-989-654-332-7 (epub)

Depósito Legal

259021/07

Tiragem

Print-on-demand

Universidade da Beira Interior
Rua Marquês D'Ávila e Bolama.
6201-001 Covilhã. Portugal
www.ubi.pt

Covilhã, 2016

© 2016, Eduardo J. M. Camilo, Francisco Javier Gómez-Tarín e Luís Nogueira.

© 2016, Universidade da Beira Interior.

O conteúdo desta obra está protegido por Lei. Qualquer forma de reprodução, distribuição, comunicação pública ou transformação da totalidade ou de parte desta obra carece de expressa autorização do editor e dos seus autores. Os artigos, bem como a autorização de publicação das imagens, são da exclusiva responsabilidade dos autores.



Índice

Prólogo - De sinédoques e metonímias Eduardo J. M. Camilo y Francisco Javier Gómez-Tarín	11
PARTE I - PUBLICIDADE	
Sobre a dissuasão como modalidade de manipulação. Alguns apontamentos a propósito de um filme de publicidade Eduardo J. M: Camilo	21
O target é definido pelo texto: contribuições da análise textual para a teoria da enunciação publicitária José Antonio Palao Errando e Shaila García Catalán	43
PARTE II - TELEVISÃO E PUBLICIDADE	
A continuidade televisiva como microrelato de coesão de conteúdo e de marca Cristina González Oñate	65
PARTE III - VIDEOCLIP	
Contributos para uma metodologia de estudo do vídeoclip: perspetivas e aplicação da teoria audiovisual à visualidade da música popular Ana Sedeño	93
Chris Cunningham: entre <i>videoclip</i> e curta-metragem, entre narrativa e alegoria Luís Nogueira	111
PARTE IV - CINEMA TRAILER	
O <i>trailer</i> cinematográfico e a construção de metáforas poéticas: <i>Os sonhos</i> de <i>Akira Kurosawa</i> Raquel Cabral	131

"Timber!". O *Average Shot Length* como nova ferramenta de análise fílmica
Adrián Tomás Samit 153

PARTE V - CINEMA: SEQUÊNCIAS-PARADIGMA

Vida e destino na sociedade do espetáculo. Metatextualidade e Autorreferencialidade: uma estrutura em loop em *71 Fragmentos de uma cronologia do acaso* (*71 Fragmente einer Chronologie des zufalls*, 1994), de Michael Haneke 183
Pablo Ferrando García

O namoro com a morte. Eros, Tanatos e Keres no cinema espanhol contemporâneo (análise das "sequências-paradigma" de *Camino, Mar adentro* e *3 metros sobre el cielo*) 207
Agustín Rubio Alcover

PARTE VI - CINEMA: SEQUÊNCIAS-CRÉDITOS

Escrever o que não se lerá ou os prolegómenos do *striptease* da bailarina de cabaret 241
Iván Bort Gual

PARTE VII - CINEMA: ANIMAÇÃO

A economia narrativa na era da modernidade líquida. Análise de alguns casos do cinema de animação espanhol contemporâneo 265
Maria Soler-Campillo e Javier Marzal-Felici

PARTE VIII - VÍDEOJOGOS

Gestão do *ponto de vista* nas *cutscenes* de videojogos 289
Francisco Javier Gómez-Tarín e Adrián Tomás Samit

PARTE IX - REDE

- Derivações contemporâneas do cinema do real: O *webdocumentário* como espaço hipertextual participativo 325
Roberto Arnau Roselló

PARTE X - TELEMÓVEIS E TABLETS

- Percorrendo o caminho da realidade aumentada. Discursos virtuais sobre o território 359
Emilio Sáez Soro
- Realidade aumentada e discurso narrativo 379
Francisco Javier Gómez-Tarin e Emílio Sáez Soro
- Histórias que se jogam. As narrativas interativas nos dispositivos móveis 389
Marta Martín Nuñez

DE SINÉDOQUES E METONÍMIAS

O avanço do saber corre paralelamente ao da reflexão. Disto bem sabiam os gregos e a transmissão do seu saber ao longo do tempo tem-se vindo a perverter até hoje, quando, com muito receio nosso, se utilizam mais as ‘matemáticas’ (do menor denominador comum) que a argumentação reflexiva. Porque – eis um facto – a base de toda a ciência está na formulação teórica de seu conhecimento, que pode ser mais ou menos abstrato, mas que exige um processo de narrativização como forma de comunicação, para conseguir vislumbrar, à luz de uma aplicação prática, a sua verdade. Todo este palavreado é para, em suma, sustentar que o saber pode acumular factos e números, mas que estes nada são, se não forem comunicados, previamente experimentados, para assim poderem ser considerados como factos comprovados.

Dito isto, até pode parecer que nos colocamos à frente (‘em frente’) da ciência. Nada poderia estar mais longe da verdade. Onde nós estamos – eis outro facto – é perante os usos humilhantes e de afronta à ciência, os que conduzem a esse menor denominador comum que já referimos. Porque a construção do conhecimento não pode ser uma sucessão de números ou uma acumulação de estatísticas; porque essa frieza dos dados empíricos conduz à demissão do sujeito, e o sujeito é, e deve ser, uma parte integrante do próprio conhecimento. E – *vade retro*, infiéis! – o sujeito produz subjectividade.

Optamos, portanto, por uma nova opção, mais radical: não a de mera partilha de conhecimentos dispersos, mas a de enfoque das mais variadas contribuições para a resposta a uma questão concreta. Tendo em conta os

tempos, esta opção só poderá incidir no trabalho teórico referentes aos mais variados discursos do audiovisual que têm vindo a surgir no âmbito do que designamos por *novas tecnologias* e que já não são tanto assim. O desafio: aplicar os conceitos e os métodos analíticos, que têm vindo a dar excelentes resultados na análise do texto fílmico, a microrelatos, novos formatos, etc., para verificar a sua viabilidade ou, sempre que for necessário, para os adaptar e, se for o caso, para os substituir e, até, invalidar por outros.

O livro que o leitor tem nas mãos (ou no ecrã da ‘*tablet*’ ou do computador) não progride de forma cronológica, mas rizomática. O seu sumário assinala claramente os temas abordados: da publicidade à televisão, do *videoclip* ao trailer, da curta-metragem às sequências-paradigma, da análise quantitativa aos genéricos dos filmes, da animação aos videojogos, e destes ao documentário na rede, às *tablets* e à realidade aumentada ou aos jogos móveis. São estes todos discursos plenos, mas mínimos, ou discursos incompletos, mas essenciais.

O que nos conduz ao título desta introdução: *de sinédoques e metonímias*. Um texto mínimo atua como uma parte pelo todo (sinédoque) e, por isso, é suscetível de ser analisado como uma entidade discursiva plena. A este exercício, se quiserem, de reflexão teórica, nos dedicaremos nas páginas seguintes. Contudo, sejamos ambiciosos, o que pretendemos não é só analisar e nos limitarmos a essa superfície teórica, mas também construir a própria teoria, que pode ser nova, de síntese ou de mudança... Neste caso, o processo é distinto porque agora o que nos propomos é colocar algo no lugar de outra coisa (a metonímia): análise aplicada como requisito essencial para a construção teórica que é, na essência, o propósito final destas páginas e que o leitor pode comprovar nas linhas e nas entrelinhas.

Esta ambição, que pode pretender ser desmesurada, é tangível nos próprios textos e a partir deles deve ser julgada. Assim, numa abordagem, plena de vigor teórico, Eduardo J.M. Camilo propõe-se analisar milimetricamente, no seu texto *Em torno da dissuasão como modalidade de manipulação. Alguns apontamentos a propósito de um filme de publicidade*, um anúncio dos que,

atualmente, são rotulados de ‘publicidade institucional’ porque, aparentemente, não representam qualquer traço “comercial” no seu registo. Se nos é lícito afirmar, mais do que “notas”, como reza o título, Camilo entra como “elefante em loja de porcelana”, na desmontagem de uma suposta mensagem “politicamente correta” e nas suas consequências ideológicas. Algo semelhante, continuando no âmbito da publicidade, é também desenvolvido por José Antonio García Palao Errando e Shaila Catalán em *O target é definido pelo texto: contribuições da análise textual para a teoria da enunciação publicitária*, com a revelação dos segredos subjacentes do que temos vindo a designar por “autor implícito” e os seus mecanismos de persuasão.

Já a meio caminho entre o registo da publicidade e da televisão, Cristina González Oñate aborda *A continuidade televisiva como microrelato de coesão de conteúdo e marca*. Como a estratégia de marca, neste caso, salpica a globalidade do ambiente do fluxo televisivo conduzindo-nos ao questionamento da sua validade ética.

No domínio do vídeo, Ana Sedeño, com *Contributos para uma metodologia de estudo do videoclip: perspectivas e aplicação da teoria audiovisual à visualidade da música popular* e Luís Nogueira, com *Chris Cunningham: entre videoclip e curta-metragem, entre narrativa e alegoria*, conduzem-nos para um território ainda pouco definido do ponto de vista teórico. A primeira tenta caracterizar e classificar diversos conceitos e possibilidades e o segundo autor aplica a sua conceção sobre os textos Cunningham, tão propícios a serem lidos como *videoclips* ou como curtas-metragens, dicotomia que explora perfeitamente no ensaio.

Raquel Cabral propõe-se abordar um aspeto ainda pouco explorado: o *trailer* cinematográfico. Em *O trailer cinematográfico e a construção de metáforas poéticas: os sonhos de Akira Kurosawa*, a autora desenvolve diversas perspectivas sobre esta partícula discursiva conectando-as com a experiência concreta do filme de Kurosawa, aplicando, por outro lado, uma conceção retórica que raramente (ou nunca) vimos aplicada à análise fílmica.

A contribuição de Adrian Thomas Samit, em “Timber!” O *Average Shot Length* como nova ferramenta de análise fílmica, conjuga o enfoque usual da análise fílmica, tradicionalmente subjetivo, com uma matematização decorrente da aplicação de programas de *software* especificamente desenvolvidos para gerir as *découpages*. As suas conclusões, sempre com nuances, são muito evidentes no plano ideológico e, acima de tudo, possibilitam-nos pensar que o nosso trabalho não tem estado mal encaminhado.

As sequências-paradigma são abordadas a partir de duas perspectivas: Pablo García Ferrando, em *Vida e destino na sociedade do espetáculo. Metatextualidade e Autorreferencialidade: uma estrutura em loop em 71 Fragmentos de uma cronología do acaso (71 Fragmente einer Chronologie des zufalls, 1994)* de Michael Haneke, regressa ao realizador (uma constante nas suas mais recentes obras) para explicar as hibridizações, a *mise en abîme* e a construção do sentido múltiplo. Agustín Rubio Alcover, com *O namoro com a morte. Eros, Tanatos e Keres no cinema espanhol contemporâneo (análise das “sequências-paradigma” de Camino, Mar adentro e 3 metros sobre el cielo)* destaca as deficiências e absurdos de um filme espanhol que se constrói de costas viradas às idiossincrasias deste maltratado povo.

A meio caminho entre as sequências-paradigma e os microrelatos, Ivan Bort Gual, em *Escrever o que não se lerá ou os prolegómenos do striptease da bailarina de cabaret*, não só reflete sobre as partes iniciais e finais dos filmes (concretamente as das séries de televisão), como define toda uma tipologia *ad hoc*, que contrasta com a patente noutros textos.

O caminho das novas tecnologias é aberto pelos restantes textos deste volume. Maria Soler Campillo e Javier Marzal Felici ocupam-se da animação no cinema espanhol contemporâneo, em *A economia narrativa na era da modernidade líquida. Análise de alguns casos no cinema de animação espanhol contemporâneo*, dão conta de uma série de filmes e dos seus resultados para concluir que a capacidade de comercialização é insuficiente, apesar dos índices de bilheteira de alguns títulos emblemáticos. Mais uma vez, o desejo de copiar regimes estrangeiros faz moessa no nosso cinema.

A partir de um ponto de vista mais teórico, Francisco Javier Gómez-Tarín e Adrian Thomas Samit, com *Gestão do ponto de vista nas cutscenes de videojogos*, explicitam um duplo objetivo: o de repescar os conceitos teóricos em torno do “ponto de vista” no âmbito do audiovisual e o de verificar, em materialidades textuais específicas, a viabilidade das suas propostas tipológicas. Neste caso, teoria e análise aplicada conjugam-se plenamente. Algo que também se constata em *Derivações contemporâneas do cinema do real: o webdocumentário como espaço hipertextual participativo*, assinado por Robert Arnau Roselló, para quem a emergência dos *documentários web* está gerando um novo modo de compreender a interatividade e de criar um impacto efetivo sobre o espectador que, neste caso, se assume como um colaborador incontornável.

Finalmente, três ensaios incidem sobre os novos sistemas móveis. O de Emílio Sáez Soro, em *Seguindo o caminho da realidade aumentada. Discursos virtuais sobre o território*, que nos propõe um balanço sobre um domínio raramente abordado e com deficiências teóricas básicas. O texto do Sáez Soro é informativo e construtivo, complementando-se com outro relativo a uma análise sobre realidade aumentada e narrativa, com Francisco Javier Gómez-Tarín¹, no qual, a par de uma proposta de classificação tipológica, se validam contribuições teóricas. O terceiro ensaio é de Marta Martín Núñez, com *Histórias que se jogam. As narrativas interativas nos dispositivos móveis*, uma análise que incide nos interstícios de um objeto de estudo tão recente como o dos jogos adaptados para telemóveis.

De referir, para terminar, e porque o rigor assim o exige, que nos últimos anos (três, cinco?), alguns professores, preocupados, passamos a expressão, com as «chibatadas à teoria», têm vindo a cruzar experiências em ambos os lados disso que se chama fronteiras (neste caso, a de Portugal e de Espanha) de uma forma não institucional, nem empírica, nem desejosa de recompensas curriculares, nem dogmática, ..., nem muito outros nem..., considerando que a soma dos conhecimentos decorrentes de tais experiências resultaria

1. N. T.: os autores referem-se ao texto desta coletânea intitulado “Realidade aumentada e discurso narrativo”.

num incrementos de conhecimentos que não só na sua multiplicação. E, pelo menos, conduziria a uma relação que dificilmente poderia ser prejudicada pela força eterna do institucionalmente estabelecido. Daí que, como se costuma dizer, não estão todos os que são, mas são todos os que estão.

Eis o fruto desta audácia, deste repetido relacionamento em ambos os lados da fronteira: hoje, um seminário aqui; amanhã, uma conferência ali; o passar de alguns textos em troca de alguns diapositivos; o protocolo e o politicamente correto foram sacrificados no altar da amizade, como deveria ser sempre, mas quase nunca é. Acordos fundamentais fora da norma. Isso, e nada mais, envolve o termo “universidade” tão caído e tão doente com a idade e as políticas que a regem. E, do resultado desta tamanha vergonha, já foram, até hoje, editados dois volumes que, ousadamente batizámos de Partilhar Saberes/Saberes para Compartilhar (edição bilingue LabcomBooks de textos mútuos). Porque, na realidade, eis do que se tratava: de colocar, letra a letra, palavra a palavra, o que, em cada um dos lados, estivesse a ser trabalhado sem pruridos, sem maldade, apenas pelo prazer de descobrir um ponto comum, um nexos, uma capacidade de reflexão que pudesse indicar-nos se o caminho traçado era ou não o mais indicado. Por referência às posições hierárquicas, que impõe o seu poder discricionário por estas bandas, não era, mas isso também muito pouco ou nada nos preocupou. Os vínculos estabelecidos surtiram efeito e possibilitaram-nos construir este conjunto de textos que incidem sobre o sentido das micronarrativas ou do que decidimos designar por narrativas mínimas, sabendo que, neste contexto, o mínimo pode, e deve ser, o máximo.

Estes textos – que constituem o terceiro tomo da coleção Saberes para Partilhar/Compartir Saberes –, e tudo que lhes está subjacente em termos de dedicação, sensibilidade e perspectivas de abordagem completamente independentes dos parâmetros regularizados que regem os nossos contextos institucionais, ilustram perfeitamente, pensamos nós, o que é viável no campo da teoria, não obstante as estâncias de poder que se empenham em o impedir. Pode alegar-se sobre a inutilidade da análise de textos audiovisuais, talvez até social; é possível, mas há uma utilidade muito maior: a do

pensamento, a da argumentação, a do serviço ao desenvolvimento de um diálogo aberto e capaz de esclarecer o que pode ser interpretado e que “deve ser interpretado” sem quebras nem constrangimentos. O empirismo desenfreado (este termo, que repetimos uma vez mais, utilizado frequentemente no que possui de *lovecraftiano*) aprisionou o sujeito e o espírito, o domínio da subjetividade, que aqui reivindicamos numa ordem imposta por aquilo que um texto possibilita que dele se diga. Nunca lá, nunca aqui.

Eduardo J. M. Camilo e Francisco Javier Gómez-Tarín

Lisboa / Valência, 2017

Publicidade

SOBRE A DISSUAÇÃO COMO MODALIDADE DE MANIPULAÇÃO. ALGUNS APONTAMENTOS A PROPÓSITO DE UM FILME DE PUBLICIDADE

Eduardo J. M. Camilo / Universidade da Beira Interior

Neste ensaio propomo-nos avaliar o estatuto da dissuasão enquanto modalidade de manipulação, a partir de um ‘texto’ audiovisual. Trata-se de um anúncio televisivo de produção norte-americana com a duração de 133 segundos. Reporta a uma campanha publicitária de apelo à ajuda aos pobres produzida pela The Ocean Park Community Center (Santa Mónica) e intitula-se “*By the time I’ve counted to 10, you’ll be an homeless!*”.

Este filme, de 1992, é composto por duas partes¹. Na primeira, enumera-se a sucessão de desgraças que afetam uma família à medida que empobrece. Eis a relação das fatalidades: 1ª) conjuntura de recessão económica; 2ª) diminuição de salário; 3ª) *lay off* do marido; 4ª) deterioração das condições salariais e atraso no pagamento da renda de casa; 5ª) desemprego da esposa e ameaça de fome; 6ª) incumprimento com as despesas da casa – comunicações e apólice de seguro; 7ª) despejo e confisco da renda depósito seguido de mudança para um quarto; 8ª) doença da esposa; 9ª) falta de dinheiro para o alojamento e o transporte para o trabalho; 10ª) vida sem abrigo (*‘homeless’*). Estes tormentos encontram-se encenados alegoricamente. O realizador imaginou a história de uma família modelar que janta, em amena cavaqueira, com outra. À medida que o narrador re-

1. Confira-se: <http://www.youtube.com/watch?v=wtuidObTH5g&feature=youtu.be> (endereço url, Janeiro de 2013).

lata as referidas fatalidades (como se fossem etapas da sua ruína), a casa vai-se despojando de adereços metonímicos de situações de prosperidade (por exemplo, a aparelhagem de som, os livros, os eletrodomésticos,...), até que se descobre na rua, sozinha e desprotegida. A segunda parte do filme integra um apelo ao apoio à instituição e uma sintética apresentação dos seus domínios de intervenção: roupa, alimentação, aconselhamento (“*Food, Clothing, Counseling*”). Na figura nº 1, apresentam-se algumas imagens do filme.



Figura 1

(Nota: a numeração das imagens reporta ao time code do filme).

1. Prolegómenos

Previamente à análise fílmica, considerou-se necessária a formulação de algumas considerações:

1ª) Concebeu-se a manipulação de modo semelhante a Algirdas Greimas e Joseph Courtés²: não só uma acção dos homens sobre as coisas (fazer-ser), mas também sobre os outros (fazer-fazer). Foi compreendida como um tipo de intervenção mediada pela linguagem (isto é, decorrente de certas estruturas gerativas de sentido) pelo qual alguém procura contratualizar com outrem um certo programa de acção. Neste anúncio em concreto, e do ponto de vista discursivo, tal contratualização reveste-se, mais ou menos explicitamente, na forma de uma exortação: a que reporta ao auxílio a uma instituição de solidariedade aos sem-abrigo. Este filme funda-se numa interessante encenação, por intermédio da qual alguém – do ponto de vista narrativo, um destinador manipulador – ‘faz-saber’, isto é, produz enuncia-

2. GREIMAS, Algirdas e COURTÉS, Joseph - *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*. Paris, Hachette Supérieur, 1993 pp. 220-222.

dos cognitivos a propósito de situações de estado desagradáveis, repudiadas por outrem que se assume como o ‘sujeito-alvo’ de tal estratégia. É nestas particularidades narrativas e discursivas que se descortina o propósito tático deste filme: o de pressionar psicologicamente um ‘sujeito-alvo’, o de conduzir a um ‘não poder não fazer’, isto é, a uma situação de falta de liberdade. Ou obedece e, neste caso, de algum modo, consegue gerir as suas expectativas de ascensão e/ou de conformidade social, ou resiste e, então, cairá inexoravelmente não só na pobreza, na miséria, mas principalmente no estigma social. Justamente, é precisamente neste ‘fazer-saber’, nesta produção de enunciados cognitivos dotados de anti-valores (que sempre se consubstancia numa abjeção, isto é, numa transformação das situações e objetos de desejo em abjetos), que é possível reconhecer uma das quatro modalidades de manipulação classificadas por aqueles dois semioticistas: a da intimidação;

2ª) No âmbito deste filme, a intimidação é, portanto, concebida como uma forma – entre várias possíveis – de intervenção nos programas de ação de um ‘destinatário-manipulado’. Complementarmente, as suas configurações redundam no exercício de um poder simbólico com o propósito de o pressionar para o apoio àquela instituição de solidariedade. Na base da sua eficácia está o medo do sujeito manipulado de se ver ‘metido em sarilhos’, da sua ‘vida começar a andar para trás’ – da situação de prosperidade, ambicionada ou tão esforçadamente alcançada, repentinamente se transformar em algo inacessível/impossível ou incognoscível. Neste caso, o exercício deste poder simbólico só é efetivamente viável porque, de algum modo, o destinador manipulador foi capaz de persuadir o sujeito manipulado a propósito da sua alegada capacidade para conseguir inverter os valores subjacentes a uma gama de objetos de desejo integrados nos programas narrativos deste último. Só assim o rosário das fatalidades que enumera se consubstancia numa sistemática fragilização bem patente, discursivamente, na desapareção de cena de adereços metonímicos do seu estilo de vida e numa clara dramaturgia da aflição (cf., a este propósito, a figura nº 5). Cada algarismo que enumera corresponde a uma etapa para a desgraça. Eis como o número dois

implica o abaixamento salarial encenado através da desapareição de cena do videogravador que exibia um filme no televisor da sala de estar* (“*Two: to keep your job you agree a cut in pay*”). Neste fazer-saber intimidatório, o que o sujeito manipulador concretiza é uma espécie de distopia, isto é, uma ‘imaginação negativa’, disfórica, um presságio que se transforma em certeza sobre o insucesso do programa narrativo do sujeito manipulado. Esta imaginação, este fazer-saber depressivo, consubstancia-se não só numa abjeção dos seus objetos de desejo, mas, por arrasto, numa destituição das suas competências performativas. Assim, do ponto de vista discursivo, o caráter chocante, opressor, deste filme assenta numa dupla vertente: por um lado, na evidenciação da capacidade do sujeito manipulador para transformar a prosperidade numa situação de estado impossível e, por outro, na habilidade para conseguir alienar, isto é, para espoliar, a competência performativa do sujeito manipulado;

3ª) Fundamentar a estratégia de manipulação deste filme implicará uma análise de cariz semiótico por referência às diversas estruturas gerativas de sentido que, neste contexto, serão concebidas como dimensões de análise fílmica. O exame propriamente dito implicará um processo de decomposição adaptado a um tipo de ‘texto-objeto’: o filme, cuja matéria expressiva conjuga principalmente sons, palavras, imagens – estáticas e em movimento – e ritmos de montagem;

4ª) A particularidade de se considerar qualquer realidade de sentido (seja um filme, uma dança, um livro ou um *graffiti*) como um ‘texto’, no âmbito do qual ocorrem as mais diversas modalidades de geração de sentido, conduziu à necessidade de se adotar uma metodologia que explicita – antes de tudo – as estruturas nas quais se gera. Como anteriormente se referiu, do ponto de vista operativo, tais estruturas irão assumir-se como dimensões de análise textual (numa perspetiva semiótica). Eis as estruturas profundas, narrativas e discursivas³. São interdependentes, o que sempre implicará uma ponderação sobre a coerência e a articulação na análise da geração do

3. GREIMAS, Algirdas e COURTÉS, Joseph, *op cit.*, 157-160.

sentido. Ponderação sobre a articulação, porque o sentido se assume como uma realidade composta – depende das diversas estruturas que estiveram presentes na sua geração. Avaliação sobre a coerência porque, em nome da verosimilhança e da legitimidade que qualquer produção textual institui intersubjetivamente, os sentidos não podem ser contraditórios no domínio de cada uma das estruturas gerativas (embora a contradição – involuntária ou assumida – possa ser um interessantíssimo fenómeno textual merecedor de análise semiótica);

5ª) Os primados da articulação e da coerência impuseram uma análise textual ‘global’. Esta posição é relevante porque implicou a defesa da impossibilidade de caracterizar as significações a partir de um vínculo centrado exclusivamente numa das estruturas gerativas. Esta tese consubstanciou-se também na defesa de uma rutura com aquelas posições patentes em certos exames estrita ou exageradamente focalizados nas estruturas narrativas ou nas discursivas, como sucede com alguma análise fílmica e literária. Também redundou numa avaliação o mais global possível deste filme, num exame que, necessariamente, teve de ponderar não só as estruturas gerativas de sentido, mas também as várias dimensões sintáticas e semânticas;

6ª) Por fim, é de suma importância salientar que uma análise textual jamais será meramente descritiva, mas igualmente crítica. Tal exigirá que o investigador necessite de descortinar não só as razões que presidiram à opção por determinado recurso textual (por exemplo, uma certa configuração axiológica no âmbito das estruturas profundas, a valorização de algum percurso nas estruturas narrativas ou o centramento numa temática no âmbito das estruturas discursivas), mas, também, o enquadramento ideológico que invariavelmente impôs ao enunciatário. Destaca-se o facto desta posição não envolver uma derivação da análise textual para domínios extra-textuais – rumo, por exemplo, aos de uma sociologia da cultura ou das ideologias –, mas exclusivamente impor uma atitude epistemológica intertextual, em busca dos vínculos dos textos com outras textualidades e da ponderação dos efeitos pragmáticos e semânticos que daí decorreram. Esta posição foi con-

substanciar-se numa consequência incontornável: a de que qualquer análise textual jamais possa assumir-se como um ‘produto acabado’ e ‘definitivo’: qualquer texto oferece-se sempre a análises sucessivas *ad infinitum*...

2. A análise fílmica

Primeira parte: ponderações das estruturas profundas

Referiu-se que a geração do sentido será averiguada por referências a três estruturas de análise textual: as profundas, as narrativas e as discursivas. É no nível mais profundo que as configurações de sentido são elementares e abstratas – compostas por um agregado de significados basilares (‘substâncias do conteúdo’) dotados de conotação axiológica (+ ou -) e tímica (da ordem da euforia ou da disforia). Do ponto de vista sintático, estão organizados (numa espécie de ‘forma de conteúdo’) por uma série restrita de operações (contradição e contrariedade, implicação) projetada geometricamente no quadrado semiótico⁴.

Numa perspetiva sintática, este anúncio fundamenta-se numa oposição de significações evocativas de situações de estado e de objetos de desejo dotados de valor simétrico. Eis, de um lado, uma situação da ‘prosperidade’ que reporta a uma relação de conjunção (de alguém com o ‘abrigo’); eis, do outro, uma situação de estado contrária – a da pobreza –, desvalorizada e repudiada, pois pressupõe uma relação de separação, de disjunção (com o objeto desejado, o ‘abrigo’, e a sua correlativa transformação numa abjeção – o ‘sem abrigo’ – *homeless*) (figura nº2).

4. DALLERA, Oswaldo - “Algirdas Greimas, 1917/1992”, in: ZECHETTO, V. (Coord.) - *Seis semiólogos en busca del lector: Saussure/Peirce/Barthes/Greimas/Eco/Véron*, 4ª Ed. Buenos Aires, La Crujía, 2008, pp. 158-161.



00:10



01:39

Figura 2

A primeira situação de estado é conotada afetivamente (isto é, timicamente) no domínio da felicidade, da serenidade (latamente, no da euforia). Vice-versa, a que é repudiada, é qualificada no âmbito da infelicidade, do sofrimento (no da depressão). Complementarmente, a esta estruturação polar, está uma configuração dinâmica, pois, a ‘pobreza’ só é uma substância de conteúdo contraditória da ‘prosperidade’ na condição de se assumir como o efeito decorrente de uma operação de negação (isto é, de contradição sob a forma de ‘não prosperidade’). A transição da prosperidade para a pobreza imporá então um programa (narrativo) que se alicerça num processo de negação dos atributos da situação de prosperidade ou dos que tornavam possível a sua ocorrência.

Na figura seguinte encontra-se ilustrada esta dinâmica:

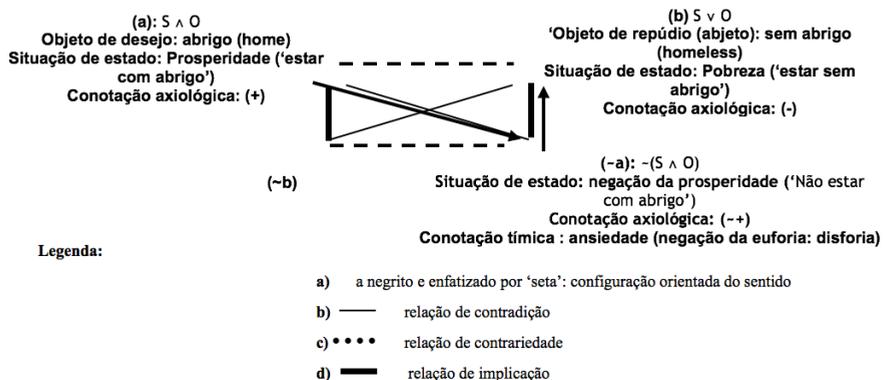


Figura 3

Este quadro elementar propõe um composto de valores basilares e configurações tímicas elementares associados a situações de estado e objetos de desejo. Se, no âmbito do processo de comunicação, forem comuns aos sujeitos enunciador e enunciatário – como se constituíssem um sedimento ideológico –, então a mensagem não só será compreendida mas, principalmente, aceite como legítima. Sublinha-se como se descortina logo um posicionamento ideológico primordial que o sujeito enunciador se vai encarregar de projetar na totalidade da sua produção textual: estar com abrigo é não ser pobre; é ser próspero e respeitado.

2ª Parte: ponderações das estruturas narrativas (dimensão sintática)

O quadro cognitivo/de conteúdo anteriormente descrito deverá ser compreendido como um núcleo fundamental a partir do qual vão irradiar derivações de sentido para as outras estruturas dos programas gerativos de sentido. Num caso, a transformação da prosperidade na pobreza estará alicerçada num rol de desgraças e vai sustentar a experiência de emoções negativas; no outro, irá adquirir um ‘valor encenado’, portanto, visível ou legível, sob a forma de uma dramaturgia, de uma encenação, em suma, de uma ‘discursivização’.

Para tornar mais sistemática a avaliação sintática das estruturas narrativas, recorreu-se a Diana Pessoa Luz de Barros⁵ no respeitante à seleção dos níveis de análise considerados mais relevantes neste filme – o dos enunciados e o dos programas narrativos.

a. Enunciados narrativos: objetos vs abjetos

Já se salientou que os quadros de conteúdo das estruturas profundas correspondem a uma oposição tímica e axiológica entre prosperidade e pobreza associada, respetivamente, à gestão de um objeto ambicionado – o *home* – e de um repudiado – o *homeless*. Do ponto de vista narrativo, esta dicotomia básica vai evoluir a partir de uma situação contraditória – a da negação da prosperidade. Tal evolução implicará que a pobreza vá ser tex-

5. BARROS, Diana Pessoa Luz de - *Teoria semiótica do texto*, 4ª Ed. São Paulo, Editora Ática, 2005, pp. 20-43.

tualizada como uma situação de estado final decorrente de um processo de transformação por negação da situação inicial de prosperidade. Exigirá, então, a ocorrência de enunciados performativos associados ao que se passa a designar tematicamente por ‘protagonismo das desventuranças’. É o caso, por exemplo, dos relativos à diminuição do nível de vida decorrente da recessão económica, do abaixamento do salário, do despedimento, da doença, do atraso no pagamento da renda de casa, etc.. São evocativos de esferas de ação que reportam ao ‘despojamento de habilitações’ ou de ‘competências’ com as quais alguém considerava possuir habilitações para conseguir aceder a uma situação de estado almejada (a da prosperidade). Nada mais aparente, sendo precisamente no esclarecimento discursivo desta ‘aparência’ que se encontra o potencial chocante deste filme. Como pode alguém ser próspero e feliz se, repentinamente e pelo relato monocórdico de um narrador, se vê sistematicamente despojado dos recursos fundamentais que lhe garantem tal situação?

b. Programa narrativo do actante sujeito (como destinatário-manipulado)

Incida-se a análise sobre a especificidade do enunciado da espoliação de competências cujo fundamento remete para a significação do desespero de quem se apercebe estar a ser destituído daquelas ‘habilitações sociais’ fundamentais para a ambição ou para a manutenção de uma situação de estado desejada de ‘prosperidade’.

Em primeiro lugar, tal enunciado performativo reporta a programas narrativos cuja especificidade é secundária (‘programas narrativos de uso’). Diana Pessoa Luz de Barros concebeu-os como modalidades de execução através das quais os actantes adquirem habilitações suficientes (isto é, um saber e um poder fazer) para concretizar com sucesso outros dotados de grau de complexidade e de valor superior (os ‘programas narrativos principais’). No caso deste filme, este programa de uso seria o que possibilitaria, de algum modo, aos protagonistas (por exemplo, por intermédio do emprego, de uma progressão salarial, da respeitabilidade, da saúde, etc.) almejar aceder a uma situação de estado correspondente à prosperidade (‘estar com [o] abrigo’). Porém – e esta é a característica que determina a singularidade deste

anúncio –, o fundamento deste programa encontra-se invertido. Se a prosperidade dependia da aquisição de habilitações (portanto, de um programa de enriquecimento), a miséria pressupõe a sua privação (um programa de empobrecimento).

Em segundo lugar, a fundamentação deste programa de uso, de empobrecimento, é de índole transitiva o que implica que a tal privação das competências não seja da responsabilidade do actante sujeito, mas é-lhe imposta por uma entidade actancial cujo poder performativo é superior – um destinador manipulador. Em suma, este actante sujeito não renuncia delas de ânimo leve, mas é delas espoliado pelo poder de alguém que discursivamente se encontra evidenciado na figura de um narrador. A sua palavra é a de um ‘fazer saber destruidor’, a do verbo apocalíptico – a sua anunciação é sempre a da absolvição na perspectiva da espoliação. Esta ideia é importante porque vai implicar que, complementarmente ao programa narrativo do actante sujeito, outro exista, complementar, e que se assume como o fundamento da estratégia de manipulação, vertente intimidação, que atravessa transversalmente todo este filme (o programa narrativo do actante manipulador).

c. Programa narrativo do actante manipulador (como destinador manipulador)

Caracterize-se mais detalhadamente o programa narrativo deste despótico destinador manipulador:

Em primeiro lugar, a sua função performativa é a da contratualização com outrem de um programa de ação (‘fazer-fazer’). Já foi referido, no prolegómeno, que tal programa se consubstancia discursivamente numa exortação de apoio à The Ocean Park Community Center;

Em segundo lugar, para que esta contratualização seja eficaz, é necessário uma atividade persuasiva através da qual intenta manifestar discursivamente (portanto, através de uma comunicação destinada a ‘fazer-saber’), o ‘que está em jogo’ relativamente à realização do programa que pretende contratualizar. Tal vai implicar a explicitação (por vezes, discursivamente hiperbólica) das implicações axiológicas e afetivas que decorrem da

sua não performance. No caso concreto deste anúncio, este ‘fazer-saber’ consubstancia-se num discurso de desvalorização, disfórico, que resulta da imposição de objetos negativos ou da negativização de objetos positivos (isto é, da sua transformação em abjetos). Eis a modalidade manipulatória da intimidação associada discursivamente a uma distopia, a uma imaginação negativa através da qual ‘quanto pior melhor’. A probabilidade da prosperidade dá, então, lugar à inevitabilidade da pobreza;

Em terceiro lugar, ao incidir a sua estratégia na espoliação dos programas narrativos de uso do actante sujeito, o destinador manipulador exerce um ‘poder simbólico’ que é tanto mais efetivo quanto for capaz de o convencer sobre a sua alegada capacidade para o afetar na sua competência performativa. Se, discursivamente, o tema do emprego se constitui como uma habilitação para a prosperidade, então este manipulador vai imaginar a sua perda e posicionar o desemprego como uma inevitabilidade para a pobreza. Assim, o que sistematicamente lhe propõe é a dissolução das potencialidades dos objetos modais que integravam a sua competência. Tal qual génio do mal, antagonista supremo, exerce o poder maligno do demónio caprichoso. Por intermédio de uma monótona enumeração, demonstra-lhe como tais recursos são vácuos e a pobreza uma inevitabilidade. Perante tal conjuntura, o programa de uso do actante sujeito é encenado num absoluto calvário de adversidades, onde se encontrará reduzido a uma situação final de impotência e de suma ignorância. Obviamente que, para que estas pragas, para que estes contra-dons sejam evitados, tudo ficará dependente da aceitação do programa narrativo que este destinador manipulador lhe propõe.

3ª Parte: ponderações das estruturas narrativas (dimensão semântica)

Esta secção da análise fílmica reporta ao domínio das significações narrativas resultantes do modo como os objetos de desejo vão sendo modalizados/predicados e experienciados pelos actantes sujeito e destinador manipulador.

O exame inicia por referência ao programa narrativo do actante sujeito.

Como já é sabido, a situação de estado que ambiciona reporta à ‘prosperidade’, associada ao seu querer e poder-fazer (competência performativa). Assim sendo, este objeto/situação de estado não só é desejável, mas também é possível. É por isso que o filme remete para a experiência da felicidade, do regozijo do sucesso resultante da satisfação de um querer ser próspero e da possibilidade de o ser. A partir da progressão narrativa do filme, este efeito de sentido vai ser sistematicamente contrariado, rumo a uma situação final correspondente ao protagonismo infeliz, mas resignado, da pobreza. O que mudou entretanto? Apenas a experimentação daquelas desgraças responsáveis pelo reposicionamento da ‘prosperidade’ numa situação de estado ambicionada, mas entretanto inalcançável derivado às ‘agruras da vida’. Daqui, emergem efeitos de sentido de ordem disfórica: a felicidade e a confiança experienciadas dão lugar a uma infelicidade mitigada e resignada (figura nº 4).



00:20

02:00

Figura 4

Inicie-se agora a análise dos efeitos de sentido gerados a partir do programa narrativo do destinador manipulador e que decorrem da modalidade manipulatória da intimidação/dissuasão.

Já se ensaiou a demonstração do modo como, no caso concreto deste filme, tal modalidade implicou a transformação da situação de prosperidade na da pobreza a partir do poder exercido por este actante para espoliar as competências do destinatário-manipulado. Assim, o horror (figura nº 5) que lhe suscita é um efeito de sentido decorrente não só da antecipação de uma situação de estado de pobreza, mas também de uma inevitabilidade associada à evidenciação da sua impotência e ignorância performativas.



Figura 5

O objetivo estratégico subjacente é o de que, no âmbito desta conjuntura, o destinatário-manipulado só possa desfazer este nó górdio – e restabelecer algum estado de tranquilidade e de confiança pessoal – através do apoio à The Ocean Park Community Center .

4ª Parte: ponderações das estruturas discursivas (dimensão sintática)

É no âmbito das estruturas discursivas que as significações, anteriormente determinadas nas estruturas profundas e narrativas, adquirem uma expressão textual. Tal como sucedeu no âmbito das estruturas narrativas, também se considerou relevante operar uma distinção analítica entre dimensões sintáticas e semânticas de análise. As primeiras, remeterão para as dinâmicas de enunciação, principalmente para os fenómenos de embreagem/desembreagem, isto é, de projeção/diluição nos enunciados das estâncias de pessoa, de tempo e de espaço de enunciação (neste caso, de cariz fílmico). Como é sabido, estas dicotomias vão produzir efeitos de sentido relevantes (por exemplo, o da subjetividade) que não podem ser ignorados, pois contribuem ou vão dificultar a manifestação dos quadros axiológicos, tímicos e performativos já gerados nas estruturas profundas e narrativas de significação⁶. Já nas dimensões semânticas, o exame incidirá na inventariação das recorrências de significação (isotopias) subjacentes às tematizações e às figurativizações.

6. A este propósito confira-se: GREIMAS, Algirdas e COURTÉS, Joseph, *op cit.*, pp. 79-81; 119-120. FIORIN, José Luiz - *As astúcias da enunciação. As categorias de pessoa, espaço e tempo*, 2ª Ed.. São Paulo Editora Ática, 2010.

Do ponto de vista sintático, é de destacar neste anúncio a existência de duas situações de modalização projetiva do sujeito de enunciação. Na primeira, uma instituição (The Ocean Park Community Center) projeta-se num ‘ator-narrador’ masculino que relata o programa de empobrecimento de uma família. Dirige-se explicitamente a alguém, a um ‘vós’: “*By the time I’ve counted to ten, YOU’ll be an homeless*” (as maiúsculas são nossas). É de presumir que este ‘vós’ (‘you’) – enquanto conjunto de atores-narratários – reporte os enunciatários do filme (o público-alvo do anúncio). Já no final do filme, esta desembreagem enunciativa adquire outros contornos discursivos: o mesmo sujeito de enunciação (The Ocean Park Community Center) projeta-se agora num narrador feminino e a anterior relação de intersubjetividade ‘eu-vós’ adquire outros contornos: o ‘eu’ narrador concretiza-se textualmente num ator coletivo, num ‘nós’: “*There are nearly thousands of homeless families in L.A. (...) help US to help them*” (as maiúsculas são nossas). Simultaneamente, o ‘vós’ narratário é alguém interpelado por um apelo.

A segunda situação de modalização enunciativa projetiva (desembreagem) é mais complexa e articula-se de novo em torno da palavra ‘you’ (‘tu’/‘vós’), o que conduz à necessidade de sublinhar o caráter fortemente ambivalente (homónimo) deste signo verbal. E se ‘you’ não reportasse exclusivamente os sujeitos enunciatários, mas também englobasse os membros da tal família protagonista de um programa de empobrecimento? Esta suposição conduz à formulação da hipótese do sujeito de enunciação institucional se projetar em alguém que, embora se encontre no fora de campo da imagem, se faz ouvir enquanto ator, desempenhando o papel de figura tutelar onipotente que exerce a sua autoridade naquela pobre família. É como se, tematicamente, lhe estivesse a rogar 10 pragas em tudo semelhantes às de Moisés relativamente ao Faraó (Ex 7,8 - 12). A confirmar-se esta hipótese, a situação discursiva altera-se, pois o sujeito de enunciação institucional já não é mais exclusivamente um narrador, mas também um (inter)locutor. Esta ambivalência discursiva pode ser intencional por estar relacionada com a necessidade de o sujeito de enunciação pretender levar o sujeito enunciatário a identificar-se com a trama narrativa. É fundamental que não só se

apiede do destino desta família (como se fosse o mero espectador de uma tragédia), mas que também sinta as angústias que protagoniza como se fossem as suas; que avalie o programa narrativo de espoliação como sendo um plausível, um que sempre poderá vir a protagonizar. É por isso que este anúncio não se assume como um espetáculo gratuito, já que nele se encena uma história que pode muito bem ser a da sua vida. Esta é a razão porque, do ponto de vista retórico, a elocução (*elocutio*) deste sujeito de enunciação mais do que agradar (*delectare*) ou explicar (*docere*) visa comover (*movere*)⁷ – suscitar a emoção (neste caso, o medo). O *pathos* assume-se, portanto como o fundamento discursivo desta estratégia de manipulação.

As dimensões sintáticas das estruturas discursivas também incluem os signos de ‘ancoragem do real’. Por tal, consideram-se os cuja funcionalidade seja a de revestir expressivamente os programas narrativos dos actantes de evocações metonímicas dos universos do enunciador e enunciatário. No caso deste filme, a sua eficácia foi tanto mais evidente, quanto melhor conseguiram assegurar uma ‘função de espelho’ e evocar uma certa conceção de conformidade e de identidade social tipicamente WASP (*White Anglo-Saxon Protestant*). Esta particularidade implicou que, de algum modo, tais signos estivessem presentes na própria configuração dramaturgica dos sujeitos (atores), dos espaços (cenários) e das temporalidades de ação. Por exemplo, no que respeita aos atores, o critério da ancoragem do real influenciou um *casting* composto por jovens ou por sujeitos de meia idade, peso e altura médios, de raça caucasiana, que protagonizam um estilo de vida urbano, heterossexual, protestante, com educação superior, sucesso no trabalho e no desporto. Em suma, os signos de ancoragem do real concorrem neste filme para atualizar o paradigma simbólico da conformidade social⁸ (figura nº 6) sem o qual o estigma, como um fenómeno de desvio, não poderia ocorrer e não seria tão chocante do ponto de vista discursivo.

7. REBOUL, Olivier - *Introdução à retórica*. São Paulo, Martins Fontes, 1998, p. 62.

8. GOFFMAN, Erving - *Estigma. Notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. Rio de Janeiro, LTC, 1988. pp. 109 e seguintes.



Figura 6

5ª Parte: ponderações das estruturas discursivas (dimensão semântica)

As dimensões semânticas das estruturas discursivas são compostas por dois relevantes planos de avaliação: o das temáticas e o das figuras. Curiosamente, é nesta dimensão que incide boa parte das análises de filmes.

O ‘tema’ é concebido, no contexto desta análise, como o produto de um conjunto recorrente, repetido, exaustivo, de ‘traços de significado’ (isotopias) que, de algum modo, deverão ser conformes aos já existentes nas estruturas profundas e narrativas. Assim sendo, este anúncio propõe aos enunciatários três temáticas fundamentais: a primeira apresenta uma especificidade cívica, a segunda, uma vertente corporativa e a terceira, uma índole ‘moralista’.

A temática cívica é a da pobreza figurada por atores que desempenham os papéis temáticos dos sem abrigo (*homeless*) – o de sujeitos destituídos dos seus recursos. É caracterizada por uma recorrência axiológica negativa, associada a uma configuração disfórica e que reporta coerentemente aos programas narrativos da espoliação (protagonizados pelo actante sujeito) e da dissuasão (destinador manipulador). Num caso, a pobreza é tematizada pela isotopia da perda material (perda de salário digno, perda do emprego, perda da saúde, perda da casa, etc.), no outro, é evocada pela da perda estatutária associada ao estigma (perda da respeitabilidade, perda da confiança), como se a dissolução do ter fosse substituída pela do ser.

A temática da identidade corporativa é composta por uma isotopia de natureza institucional (figurada pela identificação verbal, iconográfica e gráfica da The Ocean Park Community Center). Destaca-se que esta temática também engloba conteúdos relativos às suas esferas de valores de ação. É, portanto, enriquecida pela isotopia de uma vocação corporativa que, no caso deste filme, reporta a conteúdos associados a uma ‘ideologia assistencialista’ correspondente à explicitação dos seus domínios de intervenção: “*Food, clothing, counseling*”. No meio de tanta desgraça, esta instituição pretende apresentar-se ao enunciadários como uma espécie de porto de abrigo.

A terceira categoria temática é a do posicionamento. É composta por isotopias que visam atribuir inteligibilidade às que integram as temáticas cívicas. É facilmente compreensível (e textualmente recenseável) por também se encontrar presente noutros géneros de texto, concretamente os apólogos (aqueles relatos que buscam lições de sabedoria ou de moral por intermédio de situações protagonizadas por personagens reais ou imaginárias). O posicionamento como tema descobre-se na ‘moral das histórias’, nas ‘lições das fábulas’. Justamente, na publicidade estas isotopias também se encarregam de atribuir às mensagens dos anúncios uma inteligibilidade que reporta a um apelo, por vezes, a uma elementar tomada de posição (*slogan*). No caso deste filme, tal inteligibilidade é significativa do programa narrativo que o destinador manipulador pretende contratualizar com o actante sujeito e que, no âmbito da progressão discursiva do relato, ainda se encontrava insinuado. Ei-lo, agora verbalizado num singelo pedido de apoio: “*Help us to help them*”.

Destaca-se que, em nome da coerência e da articulação textual, cada uma destas temáticas impõe figurações adequadas que, neste caso, estão assentes numa atorialização da desgraça e numa dramaturgia da estigmatização. As figurativizações, complementadas com os procedimentos de ancoragem

do real, encarregam-se de atribuir a qualquer texto um revestimento expressivamente concreto, por intermédio do qual o sujeito de enunciação consegue (ou não) gerir um certo grau de verosimilhança. Verifique-se, então, como as entidades abstratas das estruturas narrativas, como sucede com os actantes, se vão transformar em atores, do mesmo modo que as esferas de ação e os tempos narrativos se vão revestir na forma de cenas e de temporalidades diagéticas.

Passa-se para a inventariação sumária de algumas figurativizações, salientando que são suportadas por significantes dotados das mais variadas matérias expressivas – palavras, imagens, cores, sons, etc..

Do ponto de vista audiovisual, a isotopia temática da pobreza (perda material – perda do ter) apresenta a particularidade de exigir uma sobrevalorização do tempo diagético. A partir de uma enumeração até 10, o actante sujeito – figurado por uma família típica norte-americana – é espoliado dos recursos adstritos a um programa narrativo de uso, por intermédio do qual possuía uma competência performativa modal (saber e poder-fazer) que lhe permitia ambicionar alcançar uma situação de estado desejada (a da prosperidade). figurativamente, este programa narrativo exprime-se por um relato de desqualificação em voz *over*: desde o abaixamento das condições de vida (“*One: The country is in recession. The standard of living goes down*”), até já não mais se ter um teto de abrigo (“*Nine: You could not longer afford the rent of a single room. You can’t even afford the bus to work; ten: you are homeless*”);

Complementarmente à isotopia temática da pobreza material, a isotopia temática da perda estatutária (estigma – perda do ser) já exige uma performance dramatúrgica e uma organização adequada da cena e dos objetos-adereço. O relato verbal do despojamento dos recursos do actante sujeito descortina-se agora numa dramaturgia da aflição conjugada com o desaparecimento audiovisual de objetos-adereço, metonímicos de um *standing* e de uma identidade social desejada (figura nº 7).



Figura 7

Esta dinâmica figurativa é reforçada pelas opções de montagem e de composição. Por exemplo, o início e final deste relato da estigmatização decorre de processos de *'fade in'* e *'fade out'* de preto e branco acompanhados pelo som de um trovão; de oposições cromáticas (cores quentes vs cores frias) e da alternância entre as composições horizontais e inclinadas de imagem. A estes aspetos conjuga-se a duração dos planos que atribui ao filme um forte dinamismo;

Passa-se para a classificação das figurativizações associadas à isotopia temática do posicionamento. Do ponto de vista temático, já se referiu como estava associada ao programa narrativo do destinador manipulador, concretamente o que pretendia contratualizar com o actante sujeito. Em termos discursivos, esta fundamentação reflete-se no final do filme, mais concretamente no respeitante a um complexo plano sequência composto por um *travelling* que descobre a família protagonista deste relato, entretanto remetida à existência miserável num passeio apinhado de gente. Começa a preto e branco, a partir de um plano detalhe das pernas dos transeuntes e termina a cores, num plano médio-curto, dos membros dessa família infeliz. Em voz *over*, aquele ator narrador autoritário é, entretanto, substituído por uma atriz narradora que interpela explicitamente o enunciatário. Eis como o programa narrativo do destinador manipulador é, finalmente, explicitado:

consiste num simples apelo ao apoio (“*Help us tu help them*”). A figura nº 8 é composta pelas imagens inicial e final desse plano sequência e respetivo texto de apoio.



01.45



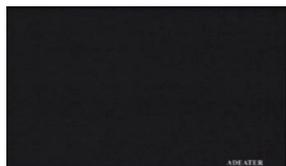
02.04

Figura 8

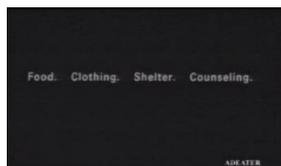
Imagem: Plano de detalhe de pernas de transeuntes num passeio a preto e branco; *travelling* para a frente até plano médio-curto da família protagonista com inserção de cor.

Som: Em voz over: “*There are nearly thousands of homeless families in LA. Each year, The Ocean Park Community Center helps hundreds back on their feet. Just don’t walk by. Help us to help them*”.

Finalmente, as isotopias temáticas de natureza institucional encontram a sua correspondência em traços de figuração mais elementares. Verifique-se como a significação da identificação institucional institui mais uma rutura expressivamente encenada (cf. figura nº9) a partir de um plano de transição a negro (a). Dele surge, em *fade in*, as esferas de ação da instituição (“*Food. Clothing. Shelter. Counseling*”) (b). Este plano é relevante no texto fílmico, pois possibilita assinalar ao enunciatário os valores actanciais da instituição (enfim, a sua ‘imagem de marca’).



a: 02.05



b: 02:07



c: 02:10

Figura 9

Desse plano, por mistura de imagens, emerge, então, o derradeiro deste filme, o que remete para uma figuração verbal e iconográfica correspondente à identidade desta instituição (c): nome e contacto conjugado com a sua ‘assinatura gráfica’ (logótipo/emblema).

Bibliografia

- BARROS, Diana Pessoa Luz de - *Teoria semiótica do texto*, 4ª Ed. São Paulo, Editora Ática, 2005;
- BENVENISTE, Émile - *O homem na linguagem*. Lisboa, Vega, 1992, Col. Linguística Vega/Universidade;
- DALLERA, Oswaldo - “Algirdas Greimas, 1917/1992”, in: ZECHETTO, V. (Coord.) - *Seis semiólogos en busca del lector: Saussure/Peirce/Barthes/Greimas/Eco/Véron*, 4ª Ed. Buenos Aires, La Crujía, 2008, p. 185-188;
- FIORIN, José Luíz - *As astúcias da enunciação. As categorias de pessoa, espaço e tempo*, 2ª Ed.. São Paulo Editora Ática, 2010.
- GOFFMAN, Erving - *Estigma. Notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. Rio de Janeiro, LTC, 1988;
- GREIMAS, Algirdas e COURTÉS, Joseph - *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*. Paris, Hachette Superieur, 1993;
- GREIMAS, Algirdas - *Semántica estrutural*, 3ª Ed.. Madrid, Editorial Gredos, 1987;
- Nova Bíblia dos Capuchinhos para o terceiro milénio da encarnação*. Lisboa/Fátima, Difusora Bíblica, 1998;
- LA FONTAINE - *Fábulas de la Fontaine*. Lisboa, Edições Melhoramentos, s.d.;
- REBOUL, Olivier - *Introdução à retórica*. São Paulo, Martins Fontes, 1998.

Filmografia

- THE OCEAN COMMUNITY CENTER - “*By the time I’ve counted to 10, you’ll be an homeless!*”, EUA, 1992, (endereço url, janeiro de 2013: <http://www.youtube.com/watch?v=wtuidObTH5g&feature=youtu.be>)

O TARGET É DEFINIDO PELO TEXTO: CONTRIBUIÇÕES DA ANÁLISE TEXTUAL PARA A TEORIA DA ENUNCIÇÃO PUBLICITÁRIA⁹

José Antonio Palao Errando e Shaila García Catalán

/ Universidade Jaume I de Castellón

1. O papá deixa-nos gritar

Num supermercado observamos a crescente tensão entre um pai silencioso e um filho, que grita, esperneia e retira produtos das prateleiras, após a recusa daquele para lhe comprar um pacote de rebuçados. Não obstante o regime de hipérbole, a cena é suficientemente quotidiana e é isso que a torna ainda mais exasperante. Os clientes que testemunham a birra, observam o garoto, mas, acima de tudo, é a intervenção do pai que os seus olhares exigem. Após uma tentativa frustrada para parar a birra, reduz-se à humilhação e à recolha desajeitada do que é atirado pelo garoto. O que está faltando é a palavra do pai como lei, que iria perturbar e aliviar a cena. E é o produto (<http://www.youtube.com/watch?v=E6a8Om-hTvY>), a marca Zazoo de preservativos, que surge para ocupar esse lugar. Use preservativos, reza o *slogan* do anúncio publicitário, permitindo assim a reversibilidade do ato.

9. Este estudo foi financiado pelo Projeto de Investigación do convénio Universitat Jaume I –Bancaja, com o título “Análisis de los flujos de transferencia de conocimiento entre los sistemas educativos superiores y la industria del videojuego”, código 11/301.01/1, para o período 2012-2014, sob a direção do Professor Javier Marzal Felici.



Figura 10

O efeito humorístico é direto: esse pai, que não abre a boca, possibilita com a sua impotência uma encenação patética da qual nos liberta Zazoo ao prometer o espaço do gozo sobre o evitável. O *gag* visual está construído sobre uma óbvia lógica capitalista: ali, onde a palavra não alivia, fá-lo o produto. Contudo, não é uma palavra qualquer, mas a palavra do pai, como lugar simbólico e legítimo de autoridade. Se o sentido desta ficção se apresenta como engraçado é precisamente porque algo de verdade está dizendo sobre a subjetividade contemporânea. E se tomarmos o anúncio como texto, então mostra-nos um enunciatário perverso. Alguém que decide ignorar a lei do pai, e nessa liberdade que acha ter conquistado, fica cativado por um objeto, o que é publicitado, entretanto tomado por fetiche.

Este artigo propõe-se explicitar a importância de tal estatuto por intermédio da análise textual de várias peças publicitárias contemporâneas. Pois consideramos que, apesar da criação publicitária estar constantemente amarrada à investigação estatística do seu *target*, ou público objetivo, este também se deixa entrever a partir da trama textual das peças publicitárias. Por isso, sustentamos que a análise textual pode contribuir com um saber relevante sobre os destinatários para o trabalho de comunicação e publicitário. Defender esta posição não é tarefa fácil na medida em que normalmente se considera que a abordagem semiótica e textual das mensagens de publicidade pode ter uma utilidade do ponto de vista de uma prospeção da cultura visual, mas muito dificilmente que os seus resultados podem ser úteis para o próprio trabalho dos profissionais de publicidade. E do mesmo

modo, também se assume, a partir do próprio setor da indústria de publicidade, que a pesquisa de mercado, tanto numa fase prévia como posterior à criação e difusão de publicidade, é o princípio basilar e quase exclusivo para assegurar a eficácia de suas apostas discursivas. É por isso que, ao aparentemente ir numa direção inversa à lógica da pragmática publicitária que privilegia o textual, pode ser interpretado como uma tarefa aberrante ou excessivamente arriscada. Mas, se assumimos esse risco é porque sabemos, e reivindicamos, que os textos falam para lá das suas intenções pragmáticas, por a estância do enunciador e do enunciatário não serem comparáveis (e ultrapassarem) as da autoria e da recepção. Além disso, também consideramos que, independentemente do produto/serviço concreto que se anuncie e dos traços específicos de um certo público-alvo, algo existe na lógica da sedução publicitária que se repete e pode ser de utilidade para os criativos atualmente.

Em suma, neste trabalho, pretendemos investigar um conceito ou um constructo tão pragmático como o de *target*, tentando descortinar o modo como os mecanismos de análise textual nos permitem desenvolver uma dedução simbólica mais subtil do que a relativa aos perfis estatísticos habitualmente decorrentes de uma indução procedente de metodologias quantitativas. Para a concretizar, iremos investigar o estatuto da análise textual e da legitimidade do seu uso em vários textos de natureza pragmática distinta da de predominância estética; discutiremos o conceito de sujeito de enunciação a partir da semiótica textual; e proporemos o estatuto do enunciatário como sujeito perverso assim como o objeto publicitário como fetiche.

2. A análise textual ultrapassa as intenções do publicitário

A enunciação é um ato de linguagem através da qual uma estrutura articula um discurso. Em todo o ato enunciativo duas entidades intervêm na modalização do sentido textual: o *enunciador* (ou *sujeito de enunciação*) e o *enunciatário*, que não devem ser confundidos com o emissor e o recetor utilizados na Teoria da Informação. A diferença essencial entre estes últimos dois termos e os outros reporta ao facto de que, quando falamos de trans-

missor e recetor, nos referimos a sujeitos empíricos, ao passo que quando empregamos os termos enunciador e enunciatário referimo-nos a figuras textuais (implícitas no texto). *A enunciação é, pois, uma função interna do texto e ultrapassa quer a intencionalidade do autor, quer a consciência do espectador.*

Para lá do peso do mundo e dos indivíduos, o discurso dobra-se sobre si próprio. A chave desta espessura do discurso está, em grande parte, na sua potencialidade poética. Podemos inferir, então, que a revelação dos mecanismos de funcionamento do discurso implica uma ação inscrita numa posição estética, numa compreensão oblíqua, num não ficar cego num sentido literal ou numa orientação intencional. É no âmbito desta perspetiva que se descortina o clássico ensaio ‘*Linguística e Poética*’ de Roman Jakobson, no qual se descortina uma base epistemológica essencial. Jakobson defende que o traço essencial de qualquer texto poético é que “a função poética projeta o princípio da equivalência do eixo da seleção no da combinação”. A equivalência passa a ser um recurso constitutivo da sequência¹⁰. É precisamente esta operação que aprofunda a “dicotomia entre signos e objetos”, isto é, que restitui numa mensagem a sua espessura discursiva, a opacidade necessária da sua matéria significante para que a sua forma se manifeste e possa ser objeto das operações próprias da análise textual. O que noutros trabalhos¹¹ temos sustentado (a partir da conjugação dos conceitos de Jakobson com os de Lotman¹² e os de Aumont e Marie¹³), é que *esta projeção do eixo da seleção no da combinação* não é uma propriedade de determinado género de texto ou de uma competência exclusiva de um *autor* mítico, mas uma operação enunciativa levada a cabo pelo próprio analista textual na execução da sua tarefa: de facto, não é possível qualquer análise textual se

10. JAKOBSON, Roman, “Linguística y poética”, em *Ensayos de lingüística general*. Barcelona: Ariel, 1984 [1960], p. 360.

11. Confira-se: PALAO ERRANDO, José Antonio, “Habrà que hacerse cargo: imagen, sentido y sujeto en el paradigma comunicativo” em *I+C Investigar a Comunicación. Congreso Fundacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*. Santiago de Compostela. 30, 31 de Janeiro e 1 de Fevereiro, 2008. <http://www.ae-ic.org/santiago2008/contents/pdf/comunicaciones/274.pdf>.

PALAO ERRANDO, José Antonio, Cuando la televisión lo podía todo: Quien Sabe Donde en la cumbre del Modelo Difusión, Madrid: Biblioteca Nueva, 2009a.

12. OTMAN, Iuri M., *Estructura del texto artístico*, Madrid: Itsmo, 1978.

13. AUMONT, Jacques y MARIE, Michel, *Análisis del film*, Barcelona: Paidós, 1990.

qualquer *corpus* analítico não for previamente *poetizado*, quer dizer considerado como matéria *sígnica* (denotativa e conotativa) e não apenas como simples veículo de referência.

Como conceber essa projeção metodológica? A própria tradição da *poética* e da análise textual coloca-nos à disposição um conceito operacional que provém de Jan Mukarovsky e do estruturalismo checo, mas com perfeita pertinência para o nosso objeto: o *gesto semântico*. Constitui o parâmetro de orientação da interpretação a par da estrutura e da arquitetura formal do texto, uma intenção semântica concreta, mas não qualitativamente pré-determinada porque está submetida ao tempo de leitura. É a partir do gesto semântico que se revela a materialidade da forma como estância modalizadora do sentido, o núcleo orientador de qualquer traço isotópico na trama textual. Por si só, o gesto semântico é sempre um nódulo de opacidade discursiva, um enclave enigmático que, transcendendo a transparência do discurso, invoca a enunciação como fundamento do sentido.

Justamente, o *target* contemporâneo foi inventado a partir de um gesto semântico textual, não foi adivinhado a partir dos estudos psicológicos para a comunicação. Em qualquer caso, a ilustração estatística de investigação publicitária diz muito menos sobre esse público objetivo do que o que é definido a partir da versão textual: o enunciatário. Este emerge de um efeito poético que supera as intencionalidades persuasivas e transitivas da mensagem e assinala a sua opacidade. Se lermos este sentido, que é construído a partir da *projeção do eixo da seleção sobre o da combinação* – ou, por outras palavras, a partir da submissão da ordem das equivalências e das escolhas à do sintagmático ou do sequencial –, ultrapassaremos os limites do óbvio que o regime de informação geralmente nos impõe para enfrentarmos o significativo.

3. O target fugiu de 1984

Escolhemos o *spot* 1984 do Macintosh da Apple¹⁴ para demonstrar a nossa argumentação. Foi emitido no dia 22 de janeiro de 1984, no intervalo da *Super Bowl*. É um *spot* antigo, ainda mais devido à rápida evolução e transformação dos discursos publicitários para gerir expectativas e, contudo, não deixa de ser menos atual ou, inclusivamente, radicalmente prospetivo. Uma massa uniforme e em uniforme reúne-se numa sala onde, a partir de um filme híbrido entre o registo cinematográfico – pelo tamanho do ecrã e por agregar um público – e num registo televisivo – porque o locutor olha diretamente para o centro axial da câmara, conotando os atributos do registo do direto –, um líder totalitário pronuncia o seu discurso.

Líder: (...) Porque hoje celebramos o primeiro glorioso aniversário da Diretiva da Purificação da Informação, criamos, pela primeira vez, na história, um jardim de pura ideologia, onde cada trabalhador poderá florescer protegido de verdades contraditórias e confusas! A nossa Unificação de Pensamentos é uma arma mais poderosa que qualquer frota ou exército na Terra! Somos uma única pessoa. Com uma vontade. Uma resolução. Uma causa. Os nossos inimigos falar-se-ão até à morte. E nós enterrá-los-emos com a sua própria confusão! Jamais nos destruirão!

Precisamente, assim que o líder proclama a invencibilidade do seu poder, a sua imagem é destruída – e, por acaso, um líder não é mais que a sua imagem? – por um martelo lançado por uma mulher que tinha conseguido escapar às forças de segurança. Sob o brilho da explosão do ecrã misturado com a imagem de massas chocadas surgem as legendas: “A 24 de Janeiro a Apple Computer vai introduzir o Macintosh. E você verá porque 1984 não será como 1984”, até que o símbolo-logotipo da marca remata o texto.

14. Em: <http://www.youtube.com/watch?v=MOXsFBTb5tA>



Figura 11

Eis, portanto, um exemplo claro da tese sobre a projeção que temos vindo a sustentar decorrente de um gesto facilmente individualizado, que favorece a separação da totalidade dos elementos em dois grandes grupos semânticos. Por um lado, o relativo à encenação: o *Big Brother*, os ecrãs de televisão e as massas alienadas e cinzentas. Por outro, o referente ao computador, que será representado por esta mulher rebelde e iconoclasta a cuja entrada em cena assistimos. Assim, o simbolismo da história decorre da oposição de dois grandes Modelos de Representação que fundamentam a clivagem do Paradigma Informativo desde o início dos anos 80 do século passado: o Modelo de Difusão, no qual se incluem as indústrias culturais tradicionais já comandadas pela televisão, e o Modelo Reticular, que terá no computador pessoal o seu veículo privilegiado. Assim sendo, o sistema de conotações associativas é concebido do seguinte modo:

Modelo de Difusão

Totalitarismo, obscurantismo,
preto e branco, uniformidade,
irreflexibilidade, industrialização,
masculinidade, passividade,
televisão (e cinema)



Negatividade

Modelo (paleo)reticular

Cor, feminilidade, individualidade,
ação, rebeldia, computador



Positividade

Figura nº 12

O anúncio posiciona a emergência do sistema informático Macintosh como um impulso libertador fundamental para romper com o regime informativo centralizado dos meios de comunicação social. Para tal, foi explorado retoricamente o 1984, romance de George Orwell (1949), retrato consequente de um olhar panótico e que alimentaria o imaginário da ficção científica contemporânea e, até mesmo, da realidade televisiva – principalmente a relativa ao *reality show* Big Brother, pai fundador de todos os outros. O anúncio explora a versão cinematográfica de 1984 (Michael Anderson, 1956)¹⁵, que por sua vez, também recorda a composição e a cadência rítmica da entrada dos escravos para *Metropolis* (*Metropolis*, de Fritz Lang, 1927) e antecipa a estética de opressão, de isolamento e de vigilância de *THX 1138* (George Lucas, 1971). Na verdade, o *spot* foi realizado por Ridley Scott, expoente da reflexão ética da ficção científica cinematográfica patente em *Blade Runner* (1982) – e, até mesmo, em *Alien, o oitavo passageiro* (*Alien*, 1979). Como vimos, a poderosa alegoria visual surge do confronto formal e simbólico de dois campos semânticos: o do modelo de difusão e do modelo (paleo)reticular. O primeiro, remete para um universo industrial, cinzento e escuro, dominado pelo totalitarismo, pela eliminação da diferença, pela passividade, pela masculinidade e por uma irreflexibilidade suportada por ecrãs de cinema e de televisão. O segundo modelo, o que fundamenta a marca, introduz a feminilidade, a individualidade, a ação e a rebeldia asseguradas pelo informático, que é posicionado como uma espécie de solução. O Macintosh da Apple, demarcando-se do seu rival IBM, que à época também apostou num

15. Do qual Michel Radford realizará o seu *remake* na celebração dessa data fantasiada – 1984 (Michel Radford, 1984).

sistema centralizado de servidores e terminais não autônomos¹⁶, propõe-se libertar a nossa cultura da sua estrutura de difusão, prometendo que, com a de tipo reticular, que introduz a cultura contemporânea, *não será mais 1984*. Assim, a orientação semântica reside, como no anúncio dos preservativos Zazoo da garantia da reversibilidade, no não cumprimento do universo 1984 como pesadelo cultural pós-moderno. E assim é o próprio discurso publicitário aquele que, a partir da sua própria trama, e das coordenadas de ficção científica e do fantástico, produz como efeito um *enunciatório*, que é uma construção discursiva inédita na nossa cultura, o *ciberutilizador*, e que, quase trinta anos após a emissão deste anúncio, ainda permanece atual e apresenta um magnífico futuro.

4. Cenas cheias

O texto também nos ensina em que lugar o sujeito capitalista, o sujeito emblemático da publicidade, posiciona o produto. É o do fetiche, um lugar que pode ser entendido como essa zona de segurança que esconde ou revela algo que se suspeita ser tão sexual, como horrível, desafiando o limite subjetivo do suportável. Freud enquadra esta explicação:

“Se agora informar que o fetiche é um substituto do pénis, sem dúvida alguma, provocarei a decepção. Então, apresso-me a acrescentar que não é um substituto de um qualquer, mas de um pénis concreto, muito particular, de um que teve grande importância no início da infância, mas que depois se perdeu. Isto é: usualmente, ele deveria ser prescindido, mas justamente, o fetiche destina-se a preservar o seu enterro [Untergang]. Explicitando de modo mais claro: o fetiche é o substituto do falo da mulher (da mãe), no qual o menino acreditava e que não quer renunciar [...]. Existe, então, um processo: o menino recusa-se a consciencializar [...] que a mulher não tem pénis. [...] A percepção permanece e uma ação muito enérgica foi empreendida para apoiar a sua negação. [...] Sim; no

16. O *Modelo Reticular* agora emergente não só se opõe ao *Modelo de Difusão* por intermédio da conotação negativa da TV, mas a um modelo cibernético centralizado – dos grandes servidores com terminais não autônomos – consubstanciado no grande concorrente da Apple nesse período, a IBM em oposição ao paradigma *libertário* – *hackerismo*, comunismo epistémico – do *Personal Computer* (relativamente ao qual a Apple seria o principal vencedor).

psíquico, a mulher ainda possui um pênis, mas este já não é o mesmo que antes era. Algo o substituiu; foi designado como seu substituto, por assim dizer, herdando o interesse que havia sido canalizado para o primeiro. E mais ainda: esse interesse regista um extraordinário aumento porque o horror da castração favoreceu a criação de um memorial a partir a criação deste substituto”¹⁷.

Na linguagem da publicidade visual uma das formas de aludir a esta castração materna, a esta representação da falta do Outro, é através do jogo com os limites do enquadramento. Estes são entendidos como bordas erotizadas funcionando como pausas do visual. Nissan anuncia, neste anúncio do início dos anos 90¹⁸, que o seu todo-o-terreno Terrano II atua como conector de espaços heterogêneos. Permite, sem qualquer dificuldade, que uma família passeie da cidade para a natureza e vice-versa. O Terrano II é posicionado, pois como o objeto que protege a castração, neste caso assinalada como a descontinuidade no espacial.



Figura 13

Nesta perspectiva, o produto anunciado constitui-se como um elemento facilitador que transforma as cenas habitáveis, eliminando qualquer obstáculo que possa impedir ou dificultar o acesso do sujeito ao mundo. Precisamente, se os limites do enquadramento são um recurso persistente na criatividade publicitária é porque a cultura visual contemporânea coloca o seu fantasma fundamental num mundo-cena, quer dizer numa cena que estabeleça uma relação totalizante com o mundo acessível através do enquadramento,

17. FREUD, Sigmund, “Fetichismo”, em *Obras Completas*, V. XXI, Buenos Aires: Amorrortu, 1927, pp. 148-149.

18. Em: (<http://www.youtube.com/watch?v=gF6JK7zDHf8>)

seja por intermédio da metonímia, seja da metáfora. De qualquer modo, o Terrano II possibilita reportar em continuidade um mundo heterogêneo, e, por isso, o sujeito pode continuar a fingir que ignora a falta, tal como se encontra patente no *slogan*: “Todo um carro, para todos os terrenos”

5. Retórica fetichista em mise en abîme.

Este efeito suturante do produto elevado ao estatuto de objeto fétiche também se descortina num anúncio impresso de Vina Pomal, no qual é organizada a cena de uma mesa preparada, mas vazia, só com uma garrafa de vinho. Contudo, um quadro enche-nos a cena, pois atua como um *trompe l'oeil* e espelho falso, continuando esse espaço, mas preenchendo-o com os alimentos que estavam em falta. Neste contraste entre o cheio e o vazio é a garrafa de Viña Pomal que pertence, sem problemas, a ambos os espaços, solucionando, como falo imaginário, a dicotomia projetada na *mise en abîme*. Todavia, se o *slogan* de Nissan prometia a continuidade espacial, o de Vina Pomal promete a continuidade temporal: “*Nas melhores mesas. Sempre*”. Em qualquer caso, “*sempre*” e “*todos*” supõem índices significantes pelos quais a publicidade elimina qualquer signo do vazio e protege contra a imperfeição.



Figura 14

Esta transformação do produto em fetiche para suturar as brechas da cena do desejo, implica, como temos vindo a advertir, a transgressão dos limites do enquadramento, razão pela qual esta é uma fantasia constante na nossa genealogia audiovisual. Transgredir os limites do enquadramento supõe considerar que o sujeito se pode submeter ao regime da disponibilidade, já que o enquadramento oferece a ilusão cultural de que através do imaginário se podem dissipar as leis do simbólico, do corpóreo, da distância e da ausência, isto é, de tudo o que designamos por *'falta'*. Toda essa estratégia textual para convocar um espectador perverso já a vimos num anúncio da Planeta Editorial¹⁹, também do início dos anos 90 para anunciar fascículos da cozinha fácil de Karlos Arguiñano.



Figura 15

No filme, uma mulher é orientada na confeção das suas receitas pelo cozinheiro, que entra na sua cozinha sempre que esta termina o seu prato. O sentido não apresenta surpresas, como se fosse um percurso lógico que vai do ecrã audiovisual à sua casa e vice-versa. Mas, se parece inocentemente gerido é tremendamente perverso. A entrada em cena do cozinheiro é a figuração da questão inicial formulada em *voz off* à mulher – figura que ilustra o enunciatário e, por sua vez, o *target*:- “Gostaria que Karlos Arguiñano lhe desse uma mão?”. Para além da conveniência de ter um cozinheiro na nossa cozinha, descortinamos uma óbvia conotação sexual. “Eu adoraria”, responde ela, que vê o seu desejo satisfeito graças à transgressão naturalizada da lógica da imagem. O horror da subjetividade ao vazio favorece com que as estratégias de publicidade para o desejo o preencham plenamente.

19. Em: <http://www.youtube.com/watch?v=u8Ur3Ug01MQ>

6. Retórica fetichista sobre o serial

Se até aqui temos evidenciado a retórica do fetiche através da *mise en abîme*, ou do que se entende como *encenação em abismo*, não devemos descartar outros exemplos a partir dos quais se elabora por intermédio da *encenação em série*.



Figura 16

A paginação do Gel Manix apresenta uma cena marítima na qual uma mulher olha para o horizonte. Esta cena pretende-se bucólica por intermédio da gradação pictórica do céu em contraste com a areia pisada e sombria, a simetria equilibrada dos elementos e a silhueta a contraluz em pleno entardecer. Contudo, o *slogan* que adjetiva a imagem e o logótipo do produto perturba esta harmonia de postal. *Gel Manix, à haut pouvoir lubrifiant* – Gel Manix, grande capacidade de lubrificação – promete, ao mesmo tempo que reenvia o nosso olhar para o truque ou a piada criativa até percebermos que a mulher está sentada numa série de postes de amarração. E na medida que acabámos de saber que o texto se encontra assinado por uma marca de lubrificantes, então a solução, embora hiperbólica, não pode ser outra: na

verdade, a mulher não só está sentada entre postos de amarração, mas num deles. Mais uma vez, o produto possibilitou uma cena harmoniosa e grande acuidade visual, sustentando o horror da castração.

7. Olhar aprisionado

Precisamente o texto publicitário, embora subordinado à utilidade comercial e determinado por uma produção estratégica com o propósito de alcançar certos objetivos muito claros de comunicação, é um discurso que *funciona* como o artístico, valorizando-se enquanto tal, ou seja, como discurso. E é a proliferação de objetos nos mercados do capitalismo tardio que obriga a que a criatividade publicitária ultrapasse a informação e a referencialidade que possibilitavam distinguir as mercadorias. A valorização da comunicação de marca tem vindo a legitimar a criatividade, aquilo que os publicitários designam por *intangíveis*, ou seja, o que não pode tocar, ou que só pode ser abordado a partir do universo do simbólico. E, embora a maior parte da comunicação publicitária audiovisual seja articulada a partir do senso comum, e insista numa retórica do óbvio, a publicidade de marcas mais elitistas vem-se distinguindo pelo trabalho expressivo dos signos e das suas potencialidades metafóricas. Nestes casos, como temos vindo a demonstrar, a enunciação publicitária exige um tempo suplementar nos processos de descodificação e proporciona alegorias visuais que exigem ao espectador a entrada num mundo estranho que lhes remete uma e outra vez ao universo dos significantes.



Figura 17

É o que constatamos a partir dos anúncios do Audi 6, nos quais o carro percorre um espaço urbano. Mas logo percebemos que a imagem descarrila, que a lógica espacial nos engana: apesar do rigoroso respeito da perspectiva, as coordenadas arquitetônicas impossibilitam uma apropriação da cena na sua totalidade. Se olharmos para a imagem por partes, por zonas, não encontramos equívocos, mas se intentarmos uma leitura global, a cena torna-se vertiginosa. Esse é o momento em que o carro, recorrente elemento fálico, se destaca como garantia: «*What ever the road holds*», reivindica o *slogan*. O produto é a única certeza num mundo em que os signos não são. Neste caso, a criatividade publicitária explorou a desconfiança visual trabalhada por Escher na sua contínua elaboração de lógicas impossíveis e hipnóticas, que o olho do espectador insistia decifrar. Se existe algo que se assume de forma tão radical e que tematiza todo o texto é uma reflexão sobre as aparências.



Figura 18

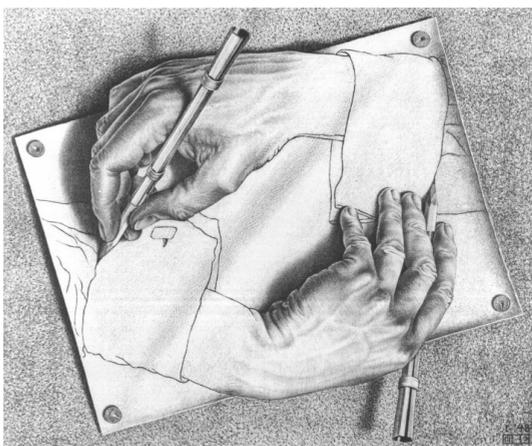


Figura 19

Efetivamente, Versace também pratica a retórica influenciada por Escher num anúncio no qual duas mãos seguram uma outra imagem que nos mostra uma mão que, por sua vez, também segura um espelho. Na centralidade deste ‘abismo visual’ encontra-se um rosto que nos olha, que pressupomos estar fora de cena, num contra-campo, olhando, olhando-se, olhando-nos. Estas três imagens enquadradas estão destinadas a reenquadrar o devaneio feminino, evocando, por sua vez, um olhar ou um agir sempre disponibilizado a partir do texto, tal qual descortinamos nas obras de Escher. Mas, pela configuração visual, tal anúncio também nos recorda Magritte, pintor vanguardista do início do século XX, que também decompõe a imagem a partir do realismo para salientar a traição do aparente. Magritte também nos mostra coisas, para, por sua vez, denunciar a sua ausência, de tal modo que, por detrás da sua estética otimista se esconde outra, que subverte qualquer certeza. Esse jogo permanente de negações, enquanto se insiste na representação, também se encontra nos anúncios da elitista Sisley. Uma mulher procura abraçar as suas próprias imagens, uma num espelho e outra fora dele, em pleno deserto. Mais uma vez, descortinamos a imagem de uma mulher cujo corpo é repetido tantas vezes como as fissuras da imagem. Este texto publicitário reporta diretamente para o trabalho de Magritte, que apresenta uma mulher segurando um espelho no qual se reflete de forma impossível o que tomamos pelo seu corpo, confrontando no olhar duas versões, uma, mais imediata, e outra, que se espreita a partir dos limites do visível. Em qualquer caso, insistimos, é o produto que se assume como recurso que soluciona as incompatibilidades do olhar.

Concluindo: o *target*, da indução estatística à dedução semiótica

Através destes poucos exemplos procurámos demonstrar como a análise do texto (audio)visual publicitário nos fornece uma informação mais precisa e clara sobre o processo de construção discursiva do *target* publicitário do que aquela decorrente de um enfoque estatístico e sociológico. O filme da Apple serviu-nos para demonstrar como o *target* é menos uma realidade social e mais uma construção do próprio texto publicitário. De facto, enquanto *target* concreto – suscetível de conformar um segmento apetecível de mercado

– o ciberutilizador não existia, o que significa que o discurso publicitário é uma importantíssima força modalizante no âmbito da comunicação social, entre os discursos que a constituem.

Vimos também como o *target* se relaciona com o texto no âmbito do espaço enunciativo por intermédio da estrutura psíquica, sendo colocado em substituição do saber pelo prazer – nem essa é outra senão a posição do perverso –, transformando as mercadorias em instrumentos privilegiados nessa posição, ao mesmo tempo que demonstrámos como todo este processo se encontra envolvido pela intertextualidade de uma vanguarda histórica que concebeu uma retórica e um espectador-modelo próprios que a publicidade contemporânea edificou como seus.

Bibliografia

- AUMONT, Jacques y MARIE, Michel, *Análisis del film*, Barcelona: Paidós, 1990.
- FREUD, Sigmund, “Fetichismo”, em *Obras Completas*, V. XXI, Buenos Aires: Amorrortu, 1992 [1927]
- GARCÍA CATALÁN, Shaila, *Hipertexto y modelización cinematográfica en la divulgación neurocientífica audiovisual. A propósito de Redes de Eduard Punset*. Castellón de la Plana: Universitat Jaume I. (Tese de doutoramento), 2012, <http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/96402/shailagarcia.pdf>
- JAKOBSON, Roman, “Lingüística y poética”, em *Ensayos de lingüística general*. Barcelona: Ariel, 1984 [1960], pp. 347-395.
- LOTMAN, Iuri M., *Estructura del texto artístico*, Madrid: Itsmo, 1978.
- MUKAROVSKÝ, Jan, *Signo, Función y Valor. Estética y Semiótica del arte de Jan Mukarovský*, Edición, introdução e tradução de Jarmila Jandová y Emil Volek, Santafé de Bogotá: Plaza & Janés Editores Colombia S.A, 2000.
- PALAO ERRANDO, José Antonio, *Cuando la televisión lo podía todo: Quien Sabe Donde en la cumbre del Modelo Difusión*, Madrid: Biblioteca Nueva, 2009a.

- PALAO ERRANDO, José Antonio, “A favor de la interpretación: por una semiótica a la altura de los tiempos” en *X Congreso Mundial de Semiótica*. A Coruña. 21-26 de Setembro. International Association for Semiotic Studies (IASS/AIS), 2009b. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/errando-jose-a-favor-de-la-interpretacion.pdf>
- PALAO ERRANDO, José Antonio, “Habrá que hacerse cargo: imagen, sentido y sujeto en el paradigma comunicativo” em *I+C Investigar a Comunicación. Congreso Fundacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*. Santiago de Compostela. 30, 31 de Janeiro e 1 de Fevereiro, 2008. <http://www.ae-ic.org/santiago2008/contents/pdf/comunicaciones/274.pdf>.

Televisão e publicidade

A CONTINUIDADE TELEVISIVA COMO MICRORELATO DE COESÃO DE CONTEÚDO E DE MARCA

Cristina González Oñate / Universidade Jaume I de Castellón

Introdução

A televisão, meio de comunicação que se baseia na transmissão da informação através da imagem e do som em contínuo, necessita de elementos de coesão narrativa que criem uma ordem lógica, uma estrutura de coerência que, deste modo, seja acessível ao espectador. Dada a natureza deste meio, a televisão não pode descuidar o tratamento dos *designs* gráfico e audiovisual como recursos fundamentais de diferenciação, de estilo e de valor de marca para o telespectador; além destes conferirem coesão e articularem o fluxo informativo. É necessário, então, adequar os elementos visuais aos recetores e configurar produtos audiovisuais nos quais a simplicidade e a clareza dos conceitos constituam a principal tarefa do *designer* do meio²⁰. Neste sentido, cada vez mais, os recursos gráficos são utilizados como quaisquer outros do meio audiovisual e, acima de tudo, como uma arma estratégica das empresas audiovisuais.

O *design* gráfico em televisão não só se vê limitado pelas condições técnicas do meio, como também pela situação de competição em que se produz a receção televisiva. A superabundância da identidade audiovisual, motivada pelo ambiente de tensa competição em que coexistem os diferentes canais de televisão numa dada situação

20. COSTA, J., *Identidad televisiva en 4D*, Barcelona: Grupo Design, 2005.

de oferta diversificada, contribuiu contundentemente para a criação de um certo estilo corporativo em toda a emissão que ajude a identificar a marca do canal. A imperiosa necessidade de cativar de forma continuada os espectadores exige a utilização de uma linguagem escassamente referencial, em proveito de uma contínua sucessão de estímulos visuais próprios da comunicação publicitária. O excesso de formas persuasivas tem origem na capacidade da imagem televisiva para transmitir conteúdos narrativos sugestivos. É “um meio icónico, sincrónico e quente”, capaz de, pelo seu realismo, tornar credíveis as mensagens publicitárias mais débeis. Pelo que, apesar da perda de eficácia dos anúncios nos últimos anos, a televisão permanece como o meio dos anunciantes mais poderosos e dos produtos de consumo massivo”²¹.

A lógica percetiva e o uso dado aos elementos formais, com a finalidade de estruturar a linguagem gráfica, relacionam o conteúdo ou o conceito a transmitir com a função expressiva da linguagem, que se manifesta na eleição dos elementos expressivos para a formulação da mensagem gráfica²². Por isso, além da vital importância que o conteúdo possui em si mesmo, a maneira como este se apresenta, a sua forma, constitui uma das partes essenciais da visualização de um produto televisivo. Os programas devem ter uma embalagem gráfica, uma etiqueta de identidade, que lhes proporcione concordância com o estilo do canal televisivo e, sobretudo, com a imagem global do canal de televisão. Complementarmente, as marcas, entendidas num sentido amplo, continuam a ser o ponto de partida da identidade televisiva. São escassos os canais de televisão com um *design* gráfico evoluído que se atrevem a comunicar a sua identidade sem uma marca que não possa ser nomeada. É sobretudo esta necessidade de materializar o verbal o que determina a existência de marcas convencionais na televisão.

21. GUERRERO, E., *El entretenimiento en la sociedad española. Historia, industria y mercado*, Madrid: Deusto, 2010, p. 54.

22. TENA PARERA, D., *Diseño gráfico y comunicación*, Madrid: Pearson-Prentice Hall, 2004.

O estilo de um canal de televisão seria fundamentalmente caracterizado pelo “conjunto das peculiaridades da programação difundida, pois seria esse o reflexo mais exato e rigoroso da sua vontade ideológica, comercial ou de qualquer outra índole ou intenção”²³. Mas, por sua vez, existem outros elementos que também contribuem para construir o estilo de um canal de televisão. Um destes refere-se à disposição da decoração ou às técnicas cenográficas: a atmosfera proporcionada pelos cenários, assim como pelo guarda-roupa, a maquilhagem ou as técnicas de iluminação, contribuem para criar um ambiente ou um clima expressivo que caracteriza o canal de televisão. Deste modo, o telespectador também poderá reconhecer o canal e, assim, este tipo de itens ou elementos constituem um conjunto de características ou de detalhes que contribuem para fazer reconhecer e distinguir a identidade corporativa do canal de televisão.

Em suma, não é somente a programação que estabelece determinado estilo para um canal de televisão, sobretudo se tivermos em conta a homogeneização da oferta para que tendem a maioria dos canais. O *design* do seu grafismo audiovisual e a manifestação da identidade do canal televisivo através da continuidade começam a constituir um dos elementos em ascensão mais estratégicos para marcar a diferença relativamente aos demais canais de televisão. A continuidade televisiva é uma técnica que liga conteúdos televisivos, mas, por sua vez, as peças que a compõem desenham-se em função da marca do canal com a finalidade de potenciar o seu reconhecimento por parte do espectador. Quando se trabalha a continuidade de um canal de televisão, é necessário decidir o conteúdo da mensagem (o quê), a sua estrutura (o como), o seu formato (como expressá-la de forma simbólica) e a sua fonte (quem deve comunicá-lo), tudo isso sob a conceção de uma linguagem que deverá manifestar-se de forma *continuada* no meio.

23. BARROSO GARCÍA, J., *Realización de los géneros televisivos*, Madrid: Síntesis, 2002.

1. Definição e características da continuidade televisiva. Classificação

O conceito de continuidade tem sido vinculado tanto ao meio televisivo como cinematográfico. Em ambos os contextos, o sentido com o qual se tem associado tem estado ligado ao desenvolvimento discursivo do próprio produto (programação, emissão, filme, em suma, fluxo), mas também, à articulação da imagem do canal/estação de televisão em todas e cada uma das suas manifestações audiovisuais. Desta forma, unindo ambos os sentidos, podemos estabelecer uma primeira aproximação ao conceito de continuidade entendida como o conjunto de discursos da identidade que um canal expressa de forma audiovisual perante a audiência para ligar conteúdos. Estes discursos englobam-se no conceito de continuidade que faz referência ao “*design* e expressividade audiovisual da apresentação dos programas e da imagem do canal dentro da emissão televisiva”²⁴. Compreende qualquer uso de signos alfanuméricos e icónicos (textos e desenhos) fixos ou animados, planos ou de aparência tridimensional, que se integrem em discursos mais complexos, com uma finalidade completiva ou retórica, e que desfrutem de uma autonomia expressiva no conjunto da emissão, qualquer que seja a sua procedência: manual, artística, mecânica, infográfica, etc..

Por conseguinte, a continuidade é o meio através do qual um canal/estação de televisão consegue dar coesão aos seus conteúdos e construir uma imagem de marca identificável. A continuidade estabelece o eixo necessário à manutenção de um ritmo e de um estilo adequados à identidade e à imagem do canal.

Relacionando o conceito com a sua aplicação e com a sua funcionalidade, podemos afirmar que uma das principais funções da continuidade reside em articular de forma homogênea, de forma ininterrupta, subtilmente estratégica e sob uma mesma aparência, toda a programação de um canal de televisão. Esta constitui o eixo que estrutura e separa em blocos o fluxo con-

24. BARROSO GARCÍA, J., *op. cit.*, p. 59.

tinuado da emissão, assumindo um importante “papel na fixação do estilo e da marca distintiva do canal e na sua identificação inequívoca na concorrência horizontal das programações”²⁵.

Portanto, a continuidade usará o *design* e a persuasão como apelos sedutores e como estratégias de auto-potenciação da imagem do canal de televisão no momento de construir peças que confirmam coesão ao discurso e proporcionem uma estrutura coerente a todo o fluxo comunicativo da programação. Todas deverão responder aos mesmos critérios de identidade que assim reforçarão a possibilidade de identificação por parte da audiência.

Para além da identificação do canal, o *design* aplicado ao meio televisivo necessita de “dar uma estrutura ao fluxo da programação”²⁶, bem como, de promover os seus produtos perante a audiência de uma maneira atrativa, persuasiva, em suma, publicitária. Estas duas funções configuram uma linguagem própria dos canais de televisão que vai ao encontro da expressão da identidade da empresa. Neste sentido, a continuidade constitui-se como disciplina específica do meio televisivo para abordar o *design* do ponto de vista funcional, estético e identitário do canal televisivo que representa.

Esta linguagem da continuidade televisiva manifesta-se em três âmbitos ou espaços diferentes:

1. Durante o bloco publicitário, portanto, precisamente no período da “rutura” do fluxo de conteúdos.
2. Durante a emissão dos próprios conteúdos, como sinal ou lembrete, tanto da identidade do canal de televisão, como do produto promovido.
3. De forma externa à emissão, por meio de todo um conjunto de ações identitárias que o canal de televisão manifesta fora de antena, e que devem ser coerentes com o que foi expresso durante a emissão de conteúdos e a dos blocos publicitários. Este conjunto de ações é denominado de Comunicação Corporativa do canal de televisão.

25. *Ibidem*, p. 62.

26. COSTA, J., *op. cit.*, p. 26.

Por conseguinte, a continuidade desempenha dois tipos de funções básicas:

- Função de articulação da programação: coesão do fluxo televisivo.
- Função *de* identificação do canal: diferenciação e reconhecimento de marca.

A primeira função: a continuidade de um canal de televisão surge como uma ferramenta de ancoragem das diferentes partes nas quais se estrutura a emissão televisiva, que permitem criar uma estrutura ordenada e compreensível para o espectador. A segunda função: aquelas peças criadas especificamente para articular e ancorar a estrutura da emissão constituem, por sua vez, elementos cuja existência faz parte da manifestação audiovisual da identidade do canal de televisão e que, portanto, contribuem para a criação de marca do mesmo.

Na nossa perspectiva o termo *continuidade* engloba todas as manifestações audiovisuais nas quais, nalgum momento, surgem sinais da identidade corporativa do canal de televisão emissor. Estes vão desde a identificação do canal de televisão (separadores, logotipo corporativo, etc.) ao tipo de vestuário e de decoração, que fazem parte dos programas do canal. Entre estes pólos, um grande número de peças de continuidade existe que variam em função do canal de televisão. Todos estes elementos são responsáveis pela *construção* da marca do canal/estação de televisão de modo *continuado* e audiovisual, constituindo a linguagem específica com a qual se manifesta perante a audiência e tendo como ponto de partida a sua identidade corporativa.

CLASSIFICAÇÃO DA CONTINUIDADE TELEVISIVA

1. Continuidade do canal	2. Continuidade do programa (produto)
Separadores: - Na entrada da publicidade - Na saída da publicidade	- Genéricos dos programas - Identificações do patrocínio
Ajustes - Rótulos (<i>crawls</i>) - <i>Jingles</i> corporativos - Voz corporativa	- Finais dos programas: genérico e <i>Copyright</i> - Identificações do patrocínio
- Anúncio da imagem do canal	- Autopromoções do programa - Pré-visualizações e menus de programação
- Logosímbolo corporativo	- Qualificações morais - Cenário, guarda-roupa

Fonte: González Oñate, C., *Nuevas estrategias de televisión, el desafío digital. Identidad, Marca y continuidad televisiva*, Madrid: Ciencias Sociales, 2008, p. 157

Figura 20 - Classificação das peças de continuidade televisiva

De modo a definir cada uma das peças que classificámos, podemos determinar:

Como continuidade do canal:

- **Separadores:** peças de continuidade obrigatórias por lei cuja função reside na interrupção do fluxo da programação para dar lugar ao bloco publicitário. Podem surgir no início do período publicitário (também denominadas como identificativos do canal) ou no final.
- **Ajustes:** peças televisivas objeto de intenso tratamento e alto nível gráfico, criadas para ajustar os tempos da emissão, visando o entretenimento do público enquanto se projeta a identidade do canal de televisão.
- **Rótulos:** Peças que surgem horizontalmente na parte inferior do ecrã cuja função reside na transmissão de informação relevante para o telespectador (modificações de programação com as suas justificações, notícias sociais de grande relevância, etc.). A sua tipografia deverá coincidir com a do canal.

- **Bandas sonoras corporativas:** composições musicais que o canal de televisão cria especificamente para acompanharem certas peças de continuidade (logosímbolo, separadores, etc.), para permitir a identificação estratégica do canal de televisão por meio da audição, e ao acompanharem estas peças, lhes conferem uma estética auditiva.
- **Vozes corporativas:** as vozes *over* que acompanham as peças, pronunciando as mensagens promocionais do canal, *claims* publicitários, etc. O tipo de voz utilizado estará de acordo com a personalidade corporativa, sendo que o tom, o ritmo da fala, assim como o gênero de quem pronuncia esta voz, influenciarão a forma de expressão e, portanto, a imagem do canal de televisão.
- **Spots de imagem do canal:** Anúncios publicitários de caráter persuasivo cujo principal objetivo reside no envio de uma mensagem positiva sobre os atributos aos quais o canal quer associar a sua imagem corporativa. Podem aglutinar conteúdos acerca da programação, dos resultados econômicos do canal, sobre as atividades de caráter social que realiza, etc.
- **Logosímbolos corporativos:** de tamanho reduzido, que se mantêm de forma constante num dos ângulos do ecrã para recordar, a todo o momento, que canal está o telespectador a visionar.

Como continuidade de programa:

- **Genéricos dos programas:** apresentações de *design* utilizadas no início dos programas. Tanto expressam o gênero quanto o conteúdo e a sua linha gráfica deve estar de acordo com a da linha editorial do canal. Costumam ser acompanhados por bandas sonoras criadas especificamente para os complementar de modo auditivo, sendo inclusivamente compostas por cantores, grupos de música ou compositores famosos com vista à sua comercialização como produto de *merchandising*.
- **Identificações de patrocínio:** Peças que combinam a emissão de um *spot* de um anunciante com os elementos da identidade visual corporativa do canal televisão e que se antepõem a um programa ou a um evento emitido sob a forma de formato publicitário televisivo.

- **Encerramento de programas:** Peças gráficas localizadas no momento da finalização dos programas. Estes fechos costumam conter o genérico, no qual o canal de televisão agradece a colaboração tanto das produtoras como das equipas de trabalho. O encerramento inclui o denominado *copyright* do canal, onde se manifesta a identidade do emissor desse conteúdo.
- **Autopromoções:** peças publicitárias encarregues da promoção dos programas que um canal de televisão localiza de forma estratégica durante o bloco publicitário, para cumprir duas funções fundamentais: a de informar de forma persuasiva sobre os produtos televisivos que o canal de televisão oferece e a de tentar evitar a mudança de canal durante o bloco publicitário. Por isso se aumentou o número destas peças, uma vez que o canal aproveita o potencial do seu próprio meio para fazer publicidade aos seus próprios produtos. As autopromoções podem apresentar múltiplas tipologias que variam segundo a utilização quotidiana de cada canal. O que destacamos é a tendência dos canais de televisão para promover os seus próprios produtos noutras peças de continuidade (separadores) aproveitando as sinergias comunicativas que oferecem todas as peças durante a emissão. Outra tendência é a de promover as “caras” dos apresentadores como manifestação da identidade do canal de televisão e do produto.
- **Pré-visualizações e menus de programação:** São sobre-impressões que se utilizam para informar o telespectador acerca do conteúdo que será emitido. A sua função estratégica reside na tentativa de manter a audiência no mesmo canal de televisão, para evitar a sua dispersão quando um programa termina. Estas pré-visualizações podem fornecer informações sobre os programas que irão começar num período de tempo muito próximo ao da emissão atual. Os menus de programação criam uma peça que informa quais os principais conteúdos de programação que o canal deseja destacar durante uma determinada franja horária. Oferecem ainda variedade para captar a atenção do telespectador. A sua colocação na

emissão é diversificada, podendo situar-se no final de um programa, juntamente com os genéricos e identificações de patrocínios ou, inclusive, antes do *copyright*.

- **Qualificações morais:** Informação que um canal de televisão expõe quando um programa requer o aconselhamento de uma determinada idade para o seu visionamento. Este tipo de peças também é aproveitado pelos canais para recordar ao telespectador o que está a ver (título do filme, programa, série, etc.).
- **Cenários, decorações, guarda-roupa:** aspetos formais que contribuem para configurar a estética dos programas em função da identidade do canal de televisão.

Todas e cada uma destas peças criam a marca televisiva perante o espectador, para além da sua função básica de articular o fluxo televisivo na grelha de programação.

MICRORELATO DE COESÃO

A CONTINUIDADE



Figura 21

2. Enquadramento metodológico

A metodologia utilizada para concretizar a análise que levaremos a cabo estrutura-se sob três abordagens a ter em conta, que vão desde a estrita materialidade estrutural das peças e da sua relação com o contexto no qual se desenvolvem até um nível mais interpretativo das mesmas. Num primeiro nível, esta metodologia aproxima o objeto de estudo de uma reflexão contextual que servirá para definir o quadro no qual as peças são criadas e emitidas. É importante ter em conta em que situação e em que momento concreto se encontrava o canal de televisão objeto de estudo, bem como o produto a promover, uma vez que tal contextualização facilitará uma me-

lhora compreensão das necessidades e dos objetivos da comunicação que o canal emissor tinha nesse momento concreto. Além disso, esta contextualização também irá condicionar a receção da imagem por parte do espectador em função do momento da emissão.

O segundo nível de análise acrescenta uma perspetiva descritiva daqueles elementos, tanto formais como sintáticos, que constituem a peça de continuidade²⁷. Numa primeira instância, a descrição da mesma focaliza-se na mensagem audiovisual que esta expressa, ou seja: o que diz e o que manifesta o conteúdo da peça perante o telespectador. Numa segunda instância, este nível de análise já se centra num aspeto mais formal dos elementos que a compõem, definindo o tipo de imagens utilizadas, os efeitos, as formas icónicas, o desenho e todos os elementos sonoros que formam parte da mesma. Por último, este nível conclui-se centrando a atenção nos elementos sintáticos com os quais se manifesta a mensagem, isto é, no como (na linguagem audiovisual utilizada) e na forma como se encaixam em todas as partes que compõem a peça, partes essas que foram definidas no nível de análise anterior.

Por último, o terceiro nível, que conclui toda a metodologia, pretende aproximar a análise de uma visão mais estratégica da peça, englobando para tal aspetos como os objetivos, a mensagem da comunicação, as características do público para o qual esta se dirige, o tom e o estilo persuasivo que se desenvolveu, a planificação estratégica e a realização, com o objetivo de, finalmente, poder agregar uma interpretação global da mesma a partir da perspetiva do telespectador de modo a estabelecer uma correlação da peça, no seu conjunto, com a manifestação dos sinais da identidade corporativa do canal de televisão, além de proporcionar a compreensão de um sentido lógico na correlação dos conteúdos da grelha televisiva.

27. Esta metodologia baseia-se na formulada por Javier Marzal Felici e Gransisco Javier Gómez-Tarín, na sua comunicação intitulada "Interpretar um filme. Reflexões em torno das metodologias de análise do texto fílmico para a formulação de uma proposta de trabalho", realizada no *I Congreso Internacional de Análisis Fílmico*, durante os dias 10, 11 e 12 de novembro de 2005 em Madrid, no âmbito do Ciclo de Otoño da Universidade Complutense. A esta metodologia foram acrescentados outros itens adequados à análise da estação de televisão e, em concreto, a peças publicitárias, no âmbito das quais se pretendeu analisar o enfoque persuasivo que apresentam perante o espectador.

Por razões metodológicas podemos analisar em três níveis ou secções as características formais que constituem cada uma das peças em continuidade dependendo do plano da língua e do *design* na elaboração das formas audiovisuais e segundo a função que cumpram na manifestação da identidade do canal de televisão. Contudo, deve ter-se em conta que algumas das características que vamos analisar se interrelacionam em diversos níveis que iremos expor na análise mais à frente.

Uma peça de continuidade supõe uma unidade de intenção por parte do canal de televisão. O conteúdo, a significação da mensagem, é inseparável do que costumamos chamar de forma e estilo corporativo nos modos de expressão audiovisual destas peças. Para elaborá-las, o canal de televisão recorre a uma série de recursos (sons, ritmos, palavras, formas, ícones, estruturas gramaticais, etc.) que são análogos ao estilo da manifestação da identidade do canal de televisão. Na expressão da mensagem devemos ter em conta que é difícil separar o que se diz (o conteúdo, a significação) de como se diz (a forma), ainda que esta divisão possa ser útil em certas ocasiões como recurso metodológico. A análise das peças de continuidade que vamos realizar consiste em justificar cada uma das características formais como exigência imposta pelo conteúdo a transmitir na mensagem, tudo isso sob uma conceção interpretativa e sob um carácter de ancoragem do fluxo, que determinaremos em cada uma das peças.

3. Estudo de caso: análise da continuidade televisiva do Canal Plus España

Antes de iniciarmos o estudo do Canal Plus España, devemos realçar a enorme dificuldade que implica analisar todas e cada uma das peças de continuidade emitidas por este canal de televisão desde a sua criação até à atualidade, pelo que decidimos delimitar o estudo ao período decorrente entre 2000 e 2005. Neste último ano, este canal recebeu o Premio Nacional del Diseño, atribuído pela primeira vez a um canal de televisão. O número total de peças de continuidade do Canal Plus España analisadas no âmbito do período do estudo foi de 170, sendo que se elegeram as mais representativas e aquelas que justificaram a atribuição de tal prémio.

O Canal Plus foi a primeira televisão de assinatura em Espanha. A sua criação proporcionou a emergência de uma nova cultura televisiva que é a da cobrança por visionamento. Com a sua fundação iniciou-se a transição para a televisão multicanal paga²⁸.

Este canal foi muito inovador devido a três principais aspetos:

1. À sua forma de emissão (combinação de sinal em aberto com sinal codificado).
2. Aos seus conteúdos exclusivos.
3. Ao seu desenho gráfico.

Do ponto de vista da emissão, no início o Canal Plus possibilitava o seu visionamento por pagamento prévio (Canal Plus codificado) e, durante determinadas horas do dia em versão gratuita (Canal Plus em aberto). A sua estratégia consistia em aglutinar na sua versão codificada as suas melhores ofertas comerciais, enquanto a versão em aberto era utilizada como “isco” para convencer as pessoas a pagar para receber a emissão do canal de modo continuado, como autopromoção comercial. Relativamente aos conteúdos, o primeiro canal pago espanhol não variou muito a sua programação desde o seu aparecimento. A sua aposta no desporto (especialmente no futebol), nas estreias de filmes e de documentários, centrava, principalmente, a sua oferta comercial na sua versão codificada; enquanto na em aberto, oferecia informação e outros programas de entretenimento similares aos de outros canais de televisão.

Do ponto de vista do *design*, o Canal Plus foi a primeira estação de televisão de Espanha a destacar-se pela sua dedicação, atenção e cuidado com a elaboração das suas peças de continuidade. A sua conceção baseava-se no *design* como valor acrescentado para a sua marca, sendo que este era oferecido aos seus espectadores por meio da continuidade. Temos de realçar que, ao ser um canal cujo financiamento provinha fundamentalmente da cobrança das

28. IBAÑEZ SERNA, J.L. y FERNANDEZ PEÑA, E., “Televisión digital y programación: de la televisión de siempre a la televisión de pago y multicanal” em *Revista Latina de Comunicación Social* n.º 14, Fevereiro 1999, La Laguna (Tenerife), 1999. Em <http://www.lazarillo.com/latina/a1999c/130emilio.htm>, día de consulta 18 de Dezembro de 2012.

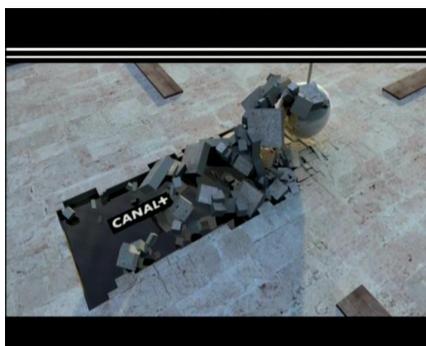
quotas dos assinantes da emissão paga, este podia permitir-se uma dedicação e um cuidado para com o *design* gráfico de uma forma mais exaustiva que os restantes canais de televisão. A sua identidade corporativa baseia-se no conceito de exclusividade e qualidade. Atualmente, o Canal Plus deixou de emitir em sinal aberto para passar a transmitir única e exclusivamente de forma codificada e paga, através da plataforma do seu grupo Digital Plus.

Relativamente às peças de continuidade deste canal, e seguindo a classificação anterior, analisaram-se:

- As da continuidade do canal: separadores de entrada e de saída da publicidade (40 peças), rótulos e grafismo do canal (20 peças) e logotipo corporativo (10 peças).
- As da continuidade do programa: genéricos de programas (40 peças), *copyright* ou final de programas (10 peças), autopromoções (40 peças) e *morphings* (10 peças).



Separador de entrada da publicidade



Separador de saída da publicidade



Morphing



Logo- símbolo



Genérico de programa



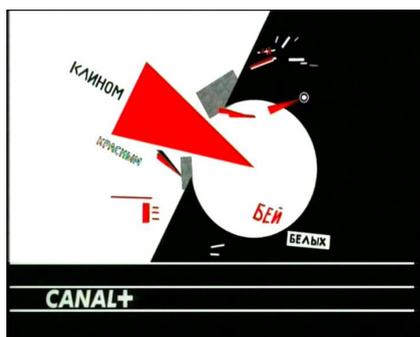
Genérico de programa



Autopromoción



Copyright



Grafismo

Grafismo

Fonte: fotogramas extraídos da continuidade do Canal Plus España. Anos 2000-2005.

Figura 22 e 23 - Principais peças de continuidade do Canal Plus

Desde o seu início, o Canal Plus España explorou o *design* como elemento estratégico para acrescentar valor à sua marca, tendo criado por isso uma imagem coerente e única para a audiência. A marca Canal Plus baseia-se nos postulados da Escola Suíça, que advogam um estilo anónimo. A unidade visual do desenho obter-se-ia através da eliminação de todos os elementos decorativos na composição e na organização assimétrica dos elementos do *design* sobre uma grelha construída de modo matemático. Como no pensamento Zen, o espaço vazio é o que cria a forma. O principal objetivo destas peças, que caracterizam o estilo do canal, foi o de implantar princípios cartesianos dentro de um meio tão caótico como é o televisivo, para além de as mesmas servirem como âncora do fluxo televisivo. Todos os elementos da marca aplicados nas peças de continuidade articulam-se num jogo estrutural que parte da grelha corporativa, na qual se encaixam a própria marca e uma série de elementos complementares, como são a série de polígonos regulares em contínuo movimento, que representam os pixéis televisivos e são os elementos básicos que compõem o próprio sinal de vídeo. Tudo isto, com uma paleta de cores restringida (principalmente branco e preto) e uma tipografia denominada *Futura Bold*, formam o logotipo do Canal Plus. As peças de continuidade do Canal Plus España desempenham uma dupla funcionalidade: por um lado, servem para abrandar o fluxo televisivo e, por outro, como espaço de projeção da imagem do canal mediante a narrativi-

dade de histórias que vão desde o humor até à consciencialização social. Perante problemas atuais como a imigração, a crise económica, etc., todo o tipo de discursos convivem nestas peças na forma de microrelatos fílmicos.

As peças de continuidade caracterizam-se, principalmente, pelos elementos gráficos que as compõem, tais como o ponto e a linha, o retângulo, o círculo e o quadrado, começando pelo próprio logótipo do canal de televisão, formado pelo *namimg* do canal televisivo e pelo símbolo da soma, que apresenta uma tipografia retangular dentro de uma moldura para realçar o canal de televisão.

A aspiração à unidade formal do estilo por parte do Canal Plus fez com que cada peça de continuidade fosse única e estivesse de acordo com o grafismo da marca do canal de televisão, constituindo, assim, o elemento aglutinante de todas as variantes do estilo em continuidade. Isto também se pode observar nos diferentes subcanais do Canal Plus (Canal Plus Cine, Canal Plus Deportes, etc.) que estão adaptados a este tipo de géneros. A utilização de *design* em 2D e 3D também foi uma peculiaridade do estilo do Canal Plus.

Segundo o Diretor de Emissão deste canal, Julián Alonso, a mensagem gráfica utilizada nas peças de continuidade, dado o número de elementos formais que estas utilizam (linhas geométricas, principalmente), proporciona uma interpretação direta por parte do espectador, de modo a criar uma eficaz identificação da marca do canal de televisão. A sua interpretação conduz à persuasão visual e à transmissão de informação que um produto gráfico é capaz de realizar dentro da sua própria narratividade. Mas a utilização de tal produto implica, por sua vez, a capacidade dos elementos formais que compõem a imagem para dar conta do uso que lhe dão os seus recetores. No processo de receção das imagens três são as fases fundamentais a partir das quais é processada a informação visual recebida, indo de uma maior a uma menor amplitude. Estes são:

- A da visão holística ou da globalidade da imagem percebida;
- A da estruturação das partes segundo a sua relação espacial e a sua composição;

- A da visão detalhada com aspetos característicos de cada elemento. É nesta fase da visão detalhada que a atenção por parte do espectador é maior.

Na fase visão detalhada da imagem, o conteúdo, a sua estrutura, a sua localização, etc., podem conter índices que a projetem para uma referência anterior que é necessário conhecer para conseguir interpretar o seu significado. Ou seja, o conhecimento do *design* que se projeta é traduzido em imagens que conseguem multiplicar o grau de interesse que os espectadores mostram pela imagem projetada. No caso das peças de continuidade do Canal Plus España, podemos observar as linhas geométricas que simulam a grelha de programação como elemento chave do seu *design*: a linha, o ponto e as figuras geométricas (principalmente o retângulo), constituem a base da forma da mensagem que está presente em todas as peças. O processo narrativo das peças de continuidade é determinado por Martínez-Val como um sistema que se baseia na “ativação do plano cognitivo do observador, proporcionando-lhe uma imagem que parece extraída de uma ação ou acontecimento do qual derivam consequências que não se manifestam na imagem e que alimentam a curiosidade de quem a vê”.

No processo de percepção existem três fases pelas quais o espectador passa no momento em que estabelece a relação cognitiva com a mesma.

- A da sensação visual: trata-se de um processo fisiológico de percepção de imagens.
- A da memória visual: entendida como a fase relativa à capacidade de armazenar informação dentro de um processo construtivo no qual se produz uma integração sucessiva de imagens até completar e compreender a mensagem. O espectador percebe um modelo esquemático em constante desenvolvimento, ao qual cada nova fixação agrega uma nova informação.
- A do pensamento visual: etapa referente ao processo de generalização das propriedades que são comuns a todos os objetos de uma mesma classe, mediante a aplicação de algum critério que permita tal associação.

Nas peças analisadas observámos a utilização de imagens visualmente fáceis de compreender pelo espectador, figuras simples, com estrutura e delimitadas que facilitam a sua leitura e, portanto, a receção da mensagem. No caso das autopromoções, as imagens costumam ser extraídas do próprio conteúdo a promover. A finalidade reside em oferecer ao espectador parte do conteúdo em forma de *teaser* ou intriga. Em contrapartida, nos cabeçalhos de programação as peças mantêm a essência da marca Canal Plus baseando-se em elementos geométricos e, só nalgumas ocasiões, utilizam parte do conteúdo do programa. Em todas as peças, o logotipo do canal faz parte da mensagem das mesmas como elemento sintático mais profundo da mensagem. O mesmo sucede nos rótulos do grafismo do canal de televisão, peças que marcam a identidade do canal televisivo dentro da peça de continuidade, dando lugar ao conteúdo seguinte, mas articulando a coesão através da marca do canal de televisão.

Do ponto de vista da ligação de conteúdos e, portanto, do próprio fluxo televisivo, observámos uma estrutura similar nas peças que surgem antes e depois da publicidade do canal. Temos que realçar que, de forma particular, o Canal Plus España, por ser um canal pago, emite muito pouco volume publicitário, uma vez que o seu financiamento provém do pagamento da sua quota de inscrição. Não obstante, emite publicidade de carácter seletivo e não cede os seus espaços a qualquer marca, senão à que possam acrescentar valor à marca do próprio canal. Nestes espaços de corte de emissão, as peças de continuidade são muito cuidadas e surgem intercaladas com a emissão de anúncios publicitários. A grande maioria de peças de continuidade localizadas nesta estrutura (excetuando os separadores de entrada e de saída da publicidade, que são obrigatórios por lei) respondem à tipologia das autopromoções de conteúdo, mas também costumam surgir nestes espaços as peças que se denominam por “molinetes”, cuja única missão consiste em proporcionar prazer visual ao espectador e criar marca e vinculação emocional. São peças desenhadas com grande delicadeza, artisticamente criadas para chamar a atenção do espectador e lhe oferecer um espaço que

lhe é reservado como próprio. O conteúdo da mensagem, da história narrada, tem como protagonista principal o logossímbolo do canal de televisão que está incluído no próprio conteúdo da peça.

PROGRAMA
1. SEPARADOR DE ENTRADA DA PUBLICIDADE
2. PUBLICIDADE
3. AUTOPROMOÇÃO
4. PUBLICIDADE
5. CONTINUIDADE: AUTOPROMOÇÃO
6. CONTINUIDADE: MOLINETES OU IMAGEM DO CANAL
7. PUBLICIDADE
8. SEPARADOR DE SAÍDA DA PUBLICIDADE
PROGRAMA

Fonte: Elaboração própria feita a partir da realização da análise das peças de continuidade do Canal Plus España

Figura 24 - Estrutura reiterativa das peças de continuidade no bloco publicitário

Os separadores de entrada e de saída da publicidade apresentam uma estrutura baseada na combinação de duas partes distintas:

1. Uma primeira, na qual se apresenta uma situação impactante ao telespectador;
2. Uma segunda parte, quando fornece ao espectador a explicação de tal situação, ou seja, disponibiliza a resolução da exposição inicial.

O conteúdo da mensagem que estas peças englobam caracteriza-se pelo caráter aparentemente “abstrato” que possuem, ou seja, são ações irreais e hiperbolizadas que fogem à realidade, sendo por isso que o seu impacto na audiência é maior. Para completar a significação da mensagem, para clarificar que a causa destas situações impactantes é o próprio canal, o encerramento destes separadores é composto por um plano geral, para que o espectador possa contemplar o resultado da ação, juntamente com a emergência do logossímbolo do canal, geralmente situado na parte direita do ecrã. Nestas peças a música constitui o elemento formal mais importante, uma

vez que marca o ritmo argumentativo, através do compasso, do desenvolvimento das ações que se mostram. Na maioria das peças surge a voz *over* corporativa do canal, uma vez que se repete em todas estas. Os efeitos sonoros costumam acompanhar a mensagem como parte da mesma. A sua finalidade é a de enfatizar a imagem marcando o ritmo audiovisual da sua receção.

A distribuição dos pesos dos elementos nas imagens varia segundo a peça, mas, geralmente, podemos afirmar que a maioria das peças analisadas revelam a intenção, por parte do canal, de mostrar ao espectador ou uma equidade ou um certo desnível de determinados elementos que constituem a estrutura da imagem, com a finalidade de enfatizar aspetos específicos desta. Desta forma, encontramos planos totalmente equilibrados e inclusivamente delimitados por linhas geográficas e planos onde a desproporção dos elementos está muito marcada de modo a incidir num aspeto concreto. Os primeiros costumam coincidir com peças como o logótipo, grafismos e separadores, enquanto os segundos correspondem, principalmente, às de continuidade de programação (especialmente em genéricos de programas e autopromoções). Assim, o percurso visual é determinado pelo enquadramento das imagens e pelo tipo de planos que se oferecem ao espectador. Por meio do movimento da câmara vai-se indicando ao telespectador o ritmo e a tensão da leitura das imagens. A música enfatiza a ação enquanto o movimento da câmara marca o compasso das atividades dando significado às mesmas. O uso de planos gerais e de detalhe é combinado, pelo canal, de modo a informar a audiência e dar-lhe indícios sobre o que está a acontecer, recurso este que é muito utilizado.

O tipo de cenários utilizados na maioria das peças de continuidade do tipo de autopromoção, genéricos de programas ou separadores, apresenta uma iluminação baseada em tons cromáticos frios, como os azuis, verdes, cinzentos, negros e brancos, utilizados para criar um ambiente que esteja de acordo com os valores da marca do canal, enquanto nas autopromoções e molinetes, sobretudo quando se dá ênfase à imagem do canal de televisão, as cores utilizadas são mais quentes (vermelhos, laranjas, e amarelos, prin-

cialmente). Isto deve-se ao facto de o canal pretender transmitir valores positivos intangíveis vinculados aos valores da marca, à medida que, durante as peças mais próximas à articulação do fluxo, dá prioridade ao referente de identificação visual do canal, por isso, mantendo habitualmente as características formais que produzam instantaneamente um reconhecimento audiovisual.

Como elementos de carácter sintático podemos destacar a utilização do recurso literário da hipérbole, por intermédio de situações mostradas nas imagens, visando intensificar as sensações que o canal de televisão pode suscitar na audiência. A hipérbole faz parte da promessa que o Canal Plus faz à sua audiência, salientando as novas sensações que esta pode chegar a experimentar com ele.

Por último, observámos que as peças de continuidade classificadas como programação de conteúdos são aquelas às quais o canal dá mais ênfase para a sua promoção, valorizando a imagem do canal de televisão ou quando promove os seus produtos audiovisuais. O estilo publicitário de persuasão observa-se nestas peças, nas quais a mensagem varia consoante o produto e o público-alvo ao qual estão dirigidas. Em contrapartida, nas peças de continuidade do canal de televisão, a ênfase publicitária da persuasão é menor *a priori*, uma vez que o objetivo principal é reconhecer e identificar a marca, pelo que os recursos estilísticos das peças são semelhantes entre si.

Conclusão

A tecnologia digital deu origem a um amplo leque de oferta televisiva no qual o espectador pode inclusivamente consumir conteúdos *à la carte*. Esta revolução tecnológica influencia a maneira de *consumir* televisão tanto fora como dentro de casa: devido ao elevado número de canais de televisão existentes, o telespectador necessita obter mais informações acerca dos conteúdos, do dia e da hora da emissão e de qual o canal onde serão emitidos. Esta necessidade informativa exige aos canais de televisão um maior empenho para informar os telespectadores acerca dos seus conteúdos, fornecendo-lhes informação de forma criativa e atrativa através de diferentes ferramentas

de comunicação, especialmente do próprio meio e de peças de continuidade. Concretamente, os responsáveis pelos canais de televisão espanhóis apostam na criação imediata de canais únicos para promover os conteúdos, como guias de programação, mas também, noutros meios de comunicação para reforçar a mensagem informativa, como por exemplo, por intermédio da criação de revistas especializadas em programação.

As sinergias entre a internet e o meio televisivo estão-se a tornar fundamentais para proporcionar interatividade com o meio mas, sobretudo, para captar os *targets* que optam por outro tipo de entretenimento, especialmente os que se dedicam mais a navegar na internet do que a ver televisão.

No que diz respeito à função da continuidade no atual panorama digital, verifica-se um aumento da importância das peças devido, principalmente, à imperiosa e atual necessidade de potenciar a marca televisiva; a identificação do canal de televisão é um modo de criar proximidade e oferecer qualidade ao telespectador e veículo de coesão e de articulação do fluxo de maneira criativa e de acordo com o estilo próprio e definido de cada canal. Estes deverão reforçar a área da continuidade para potenciar a sua marca através de fórmulas inovadoras. A televisão digital supõe um maior esforço para os *designers* de televisão, exigindo-lhes maior criatividade para os identificarem e destacarem. Por este motivo, observámos uma maior quota de participação por parte dos canais de televisão espanhóis no Festival *Promax/BBA*. Este festival representa um ponto de encontro para os profissionais dedicados à continuidade televisiva, onde partilham experiências que os enriquecem e lhes proporcionam a oportunidade de ver o estilo do *design* de continuidade que se realiza noutros países. Por sua vez, e do nosso ponto de vista, esta participação deve ser secundária, uma vez que as peças de continuidade são criadas para suprimir as necessidades do canal, e não devem ser criadas exclusivamente para ganhar prémios ou obter reconhecimento.

O Canal Plus España foi o primeiro canal de televisão a conquistar o Premio Nacional de Diseño. É um dos canais mais valorizados no setor televisivo devido à realização da sua continuidade, uma vez que criou marca, um estilo

diferenciado e peças únicas que o ajudaram a tornar-se uma referência dentro do panorama televisivo. Aposta e trabalha de forma muito competitiva e com muita dedicação na criação de todas as suas peças de continuidade. A evolução no tratamento da continuidade, na gestão das marcas televisivas e no *design* para construir uma correta imagem de marca deste canal, tem vindo a aumentar com o passar do tempo no setor televisivo espanhol; de facto, observamos uma qualidade crescente na criação deste tipo de peças.

A continuidade televisiva converteu-se num elemento estratégico dos canais de televisão que serve como discurso de coesão de conteúdos durante o fluxo televisivo, mas estas peças servem também para dar forma e estilo à marca corporativa do canal de televisão e criar com isso uma diferenciação na múltipla oferta televisiva existente.

Bibliografia

- BALLESTERO, F., *La brecha digital. El riesgo de exclusión en la Sociedad de la Información*, Madrid: Fundación Retevisión Auna, 2002.
- BARAYBAR, E., *El mercado de símbolos: La gestión del marketing en la televisión publicitaria en abierto*, Tese de Doutoramento , Madrid, 2004.
- BARROSO GARCÍA, J., *Realización de los géneros televisivos*, Madrid: Síntesis, 2002.
- BELL MALLÉN, J.I., *Comunicar para crear valor*, Pamplona: Eunsa, 2004.
- BUSTAMANTE, E., *La televisión económica: Financiación, estrategias y mercados*, Barcelona: Gedisa, 2004.
- CAPRIOTTI, P. (ed.), *La marca corporativa. Estrategias de gestión y comunicación*, Vic: Eumo, 2005..
- COSTA, J., *Identidad televisiva en 4D*, Barcelona: Grupo Design, 2005
- GONZÁLEZ REQUENA, J., *El discurso televisivo: el espectáculo de la posmodernidad*, Madrid: Cátedra, 1992.
- GONZÁLEZ OÑATE, C., *Nuevas estrategias de televisión. El desafío digital. Identidad, marca y continuidad televisiva*, Madrid: Ciencias Sociales, 2008.

- GUERRERO, E., *El entretenimiento en la sociedad española. Historia, industria y mercado*, Madrid: Deusto, 2010.
- HERVÁS IVARS, C., *El diseño gráfico en televisión Técnica, lenguaje y arte*, Madrid: Cátedra, 2002.
- HUERTAS, A., *La audiencia investigada*, Barcelona: Gedisa, 2002.
- IMBERT, G., *El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular*, Barcelona: Gedisa, 2003.
- IBAÑEZ SERNA, J.L. y FERNANDEZ PEÑA, E., “Televisión digital y programación: de la televisión de siempre a la televisión de pago y multicanal” em *Revista Latina de Comunicación Social* nº 14, fevereiro 1999, La Laguna (Tenerife), 1999. Em <http://www.lazarillo.com/latina/a1999c/130emilio.htm>, día de consulta 18 de dezembro de 2012.
- LACALLE, C., *El espectador televisivo. Los programas de entretenimiento*. Barcelona: Gedisa, 2001.
- LOSADA, J.L. y LÓPEZ-FEAL, R., *Métodos de investigación en Ciencias Humanas y Sociales*, Madrid: Thomson, 2003.
- MARTÍNEZ VAL, J., *Comunicación en el diseño gráfico. La lógica de los mensajes visuales en diseño, publicidad e Internet*, Madrid: Laberinto Comunicación, 2004.
- MORENO, I., *Narrativa audiovisual publicitaria*, Barcelona: Paidós Comunicación, 2003.
- MÜLLER-BROCKMANN, J., *Diseño y composición visual*, Barcelona: Gustavo Gili, 1990.
- PÉREZ VEGA, C. y ZAMANILLO SAINZ DE LA MAZA, J.M., *Fundamentos de televisión analógica y Digital*, Cantabria: Ediciones de la universidad de Cantabria, 2003.
- REINARES LARA, E.V. y REINARES LARA, P.J, *Fundamentos básicos de la gestión publicitaria en televisión*. Madrid: ESIC, 2003.
- REY, J., *Palabras para vender, palabras para soñar. Introducción a la redacción publicitaria*, Barcelona: Paidós Papeles de Comunicación, 1996.
- SABORIT, J., *La Imagen publicitaria en televisión*, Madrid: Cátedra, 1994.
- SÁNCHEZ TABERNERO, A., *Estrategias de marketing de las empresas de televisión en España*, Pamplona: Eunsa, 1997.

- TENA PARERA, D., *Diseño gráfico y comunicación*, Madrid: Pearson-Prentice Hall, 2004.
- VILLAFANE, J., *La Gestión profesional de la Imagen corporativa*, Madrid: Pirámide, 1999.
- VV.AA, *La identidad de género en la imagen televisiva*, Madrid: Instituto de la mujer, Ministerio de Trabajo y asuntos sociales, 2004.
- ZUNZUNEGUI, S., *Pensar la Imagen*, Madrid: Cátedra Signo e Imagen, 1999.

Videoclip

CONTRIBUTOS PARA UMA METODOLOGIA DE ESTUDO DO VÍDEOCLIP: PERSPETIVAS E APLICAÇÃO DA TEORIA AUDIOVISUAL À VISUALIDADE DA MÚSICA POPULAR

Ana Sedeño / Universidade de Málaga

1. A análise audiovisual do *videoclip*: complexidade e multidimensionalidade

Como noutros fenómenos da cultura popular, no *videoclip*, texto audiovisual híbrido nascido da confluência de várias tendências tecnológicas e sociais, cumpre-se uma regra chave: a “conexão entre música, *marketing* e imagem”²⁹.

Apesar desta centralidade cultural, permanece um dos formatos mais desconhecidos e escassamente tratados pela teoria e a análise audiovisual, ainda que possam citar-se as análises de Bruno de Marina, John Mundy, Gianni Sibilla, Michel Chion, Andrew Goodwin, Simon Frith, Alf Bjornberg ou Carol Vernallis como referentes nos quais se podem encontrar perspetivas particulares de aproximação ao *videoclip*.

Considerado ainda um tipo de texto audiovisual “periférico” para os estudos de comunicação (em contraste com o cinema, por exemplo), trata-se sem dúvida de um formato de produção que se encontra numa zona privilegiada para abordar questões chave como a representação, a mutação dos agentes de emissão e receção

29. REISS, S. y REINEMAN, N. (eds.), *Thirty Frames per second: The revolutionary art of the music video*, New York: Abrams, 2000, p.11.

de mensagens audiovisuais, ou a hibridação entre os discursos experimentais marginais e os mais integrados na corrente *mainstream* de produção mediática.

Na análise do *videoclip* musical como tipo de formato, gênero ou relato audiovisual, o investigador encontra-se perante duas dificuldades adicionais. Em primeiro lugar, à semelhança de qualquer tipo de mensagem ou fenómeno cultural relacionado com a música popular contemporânea, o *videoclip* musical assenta sobre chaves de reflexão e problematização pela sua especificidade certamente recentes. Em segundo lugar, isto coincidiu com uma escassa atenção por parte do núcleo da teoria e da análise audiovisual, devido quem sabe à sua veloz capacidade de transformação e à sua ubiquação inter-media (entre o cinema, a televisão, o vídeo, e a difusão web ultimamente). Depois de um tempo de ignorância mútua, durante os anos sessenta, cinema, música rock e outros meios nascentes como a televisão forjaram uma série de formatos ou mensagens onde se relacionavam (programas de rock, musicais, curtas promocionais...) e que cumpriam a emergente necessidade de gerir a imagem dos artistas musicais; a indústria da música popular diversificava-se e necessitava de um canal onde dar a conhecer e promover os seus produtos, enquanto crescia a sua influência num setor populacional chave, a juventude, que, praticamente, nasce como conceito neste período. Depois de assegurar as suas condições técnicas para a emissão de música em direto, a televisão converteu-se no meio adequado, tanto para emitir programas especializados em música como mensagens breves, adaptadas a processos de receção mais atomizados: a publicidade televisiva constituiu o canal para veicular conteúdos de entretenimento e informação comercial para o *target* juvenil, com tempo livre e cada vez mais dinheiro para gastar (pelo menos nas sociedades avançadas ocidentais).

Por tudo isso, no caso do *videoclip*, a tendência interdisciplinar da análise dos objetos culturais não é um simples exercício de complementaridade, mas que não pode ser feito sem partir do pressuposto de que o nosso objeto

de estudo exige uma aproximação poliédrica que sustente a sua complexidade. Já Chion apontava este carácter interdimensional, que a outros teóricos serviu para batizá-lo como formato pós-moderno por antonomásia:

Voltando aos mesmos motivos e jogando de cada vez com quatro ou cinco temas visuais básicos, a montagem dos *clips* é, mais que uma maneira de avançar na ação, uma maneira de fazer girar as faces do prisma e de criar assim, pela sucessão viva dos planos, uma sensação de polifonia visual e inclusivamente de simultaneidade, e isso sobre a base de uma única imagem de cada vez³⁰.

A natureza eclética do *videoclip*, que acumula uma multitude de antecedentes artísticos e culturais, e a sua referida amálgama de televisão, música e objetivos publicitários, coloca-o no centro de numerosas correntes de inovação audiovisual. A sua localização como mensagem de vanguarda do audiovisual permite apontar a modificação permanente nos hábitos perceptivos e a conseguinte transformação da sua linguagem. Pode falar-se, inclusive, de dois períodos distintos na evolução da distribuição do meio videográfico: uma, os anos oitenta, em que a sua distribuição foi generalista no início, para mais tarde acolher os canais por satélite e o digital; outra, a partir de finais dos anos noventa, em que o *videoclip* se distribui fora da televisão, concretamente na internet. Neste último contexto, um fenómeno interessante é o chamado *fan video* ou UMV (*user music video*), exemplo de empoderamento dos utilizadores da Internet, e das suas habilidades para dominar tecnologias e promover comunidades³¹. Estes vídeos ficam acessíveis de variadas formas, seja com *downloads* diretos a partir de *websites* pessoais ou com arquivos partilhados procedentes de plataformas P2P ou de *sites* gratuitos. Numa modalidade empregam-se fragmentos visuais curtos, com uma montagem relativamente complexa e ultrarrápida, de vídeos originais anteriores: esta apropriação de textos-fonte (batizada como *found*

30. CHION, M., La audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido, Barcelona: Paidós, 1993, p.156.

31. KARPOVICH, A., "The Audiences as editor: The role of Beta Readers in Online fan Fiction Communities", em *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: new Essays*, Helleksen, Karen y Busse, Kristina (Eds.). Jefferson: McFarland, 2006.

footage ou “imagem de arquivo”) permite mudar os contextos das imagens e criar significados alternativos. Outros tipos são os AMV (*anime music video*) com estética de animação japonesa, ou os *literal videos*, paródias da *mise en scène* de um vídeo anterior alterando a letra, que descreve ponto a ponto o que ocorre na banda visual.

Pelo seu lado, as empresas de distribuição e os diretores independentes de vídeo fizeram experiências com opções de interatividade. O grupo inglês Coldplay lançou um concurso para participar na edição do seu vídeo para *Lost*. Bloggers anônimos criaram *sites* que funcionavam e se financiavam albergando este tipo de competições³². Na viagem para o *videoclip* interativo ou personalizado, os primeiros passos estão a ser dados por diretores como Chris Milk com vídeos como *The wilderness Downtown*³³. *Princess* (2005) do grupo Rektor aplica a técnica *Machinima* que permite aos utilizadores de um *videojogo* montar breves narrativas com os gráficos criados para o *videojogo*. Estes novos exemplos de *videoclip* escapam em muitos casos à capacidade analítica.

2. Estado da questão na análise de *videoclips* musicais

Partindo da sociologia, Simon Frith defende porque deve o estudo dos vídeos musicais fazer referência às razões materiais da sua produção e distribuição, quer dizer, o seu financiamento pela indústria musical e pela televisão. Longe da marginalização de sons e música nos estudos visuais, analisou os códigos no *videoclip* e o seu funcionamento no processo comunicativo, para chegar à conclusão de que existe uma correspondência entre ritmo musical e visual na montagem das imagens através do mecanismo da repetição. Como “a repetição não produz o mesmo prazer ao nível visual que ao nível sonoro”³⁴, para procurar o prazer do espectador, enquanto as estruturas

32. Confira-se: www.docsniper.com

33. Para aprofundar, cf. SELVA (2012) y SEDEÑO (2012)

34. FRITH, S., *Music for Pleasure*. New York: Routledge, 1988, p. 219.

musicais se centram na repetição de estruturas iguais, as visuais baseiam-se na repetição de “estruturas parecidas”, como ocorre na televisão, com as suas séries, episódios...

D’Amato defende um estudo do poder que um indivíduo adquire com a música, ou seja, o sentido que o indivíduo dá ao seu uso e consumo³⁵. Defende um método de trabalho como o de John Shepherd, que parte da ideia de que “já que os sons musicais não podem articular significados no sentido convencional do termo, qualquer significado atribuído à música deve ser a consequência do que as pessoas digam sobre ela”³⁶.

Andrew Goodwin também defende, em *Dancing in the distraction factory, Music Television and Popular Culture*³⁷, a importância do papel da musicologia a partir de uma mistura de sociologia e estudos visuais. O seu contributo deve bastante aos conceitos da sinestesia, ao estudo das canções de Robert Walser e Susan McClary (1988) e às teorias da análise da intersubjetividade do significado musical de Philip Tagg. Goodwin propõe um sistema chamado “associações músico-visuais” (MVA), o qual trata de estudar as relações entre música e imagem a partir das ideias que o realizador provoca mediante a *mise en scène* e a edição. Segundo o autor, existe um sistema de associações constituído pelas experiências históricas de todo tipo de produtos audiovisuais, no qual se podem identificar tipos de vínculos interiorizados pela audiência. São três os grupos de relações música-imagem, segundo Goodwin: ícones (onde as relações entre música e imagem são físicas, como por exemplo a imagem de um rosto ou um golpe de bateria acompanhado da imagem de uma execução); sinais (em que a relação é causal, como o *scratching* indicando a presença de um *dj* ou o som de uma multidão correspondendo-se com a imagem de um concerto) e símbolos (ní-

35. VIÑUELA SUÁREZ, E., *El videoclip en España (1980-1995). Gesto audiovisual, discurso y mercado*, Madrid: Ediciones del ICCMU, 2009, p. 37.

36. D’AMATO, F., *Sound Tracks Tracce, convergenze e scenari degli studi musicali*, Roma: Meltemi, 2002, p. 60.

37. GOODWIN, A., *Dancing in the Distraction Factory: Music Television and Popular Culture*, Minneapolis: University of Minnesota Press, 1992.

vel em que entram em jogo as convenções culturais de uma sociedade como o caso da presença de um solo de guitarra elétrica significando autocontrole, exibicionismo e poder)³⁸.

Numa tentativa de travar a influência da teoria social pós-moderna sobre o *videoclip*, uma série de posicionamentos analíticos colocou o acento sobre a existência de uma relação entre as estruturas musicais e as visuais. Alf Björnberg procura demonstrar que é a qualidade de sintaxe elíptica da música popular que condiciona as estruturas visuais da banda icônica do *clip*: “as características distintivas do vídeo musical podem explicar-se melhor a partir da compreensão das características sintáticas da música popular do que através das extensas teorias pós-modernistas”³⁹.

As suas ideias não estão muito afastadas das de Tagg, Goodwin ou Richard Middleton que partem da necessidade de analisar o significado primário, ou estabelecido pelas estruturas musicais, obviando os significados expressivos:

Estou mais interessado no significado musical primário do que no secundário, assim como no significado dos processos sintáticos em oposição aos significados particulares de musemas individualizados. Gostaria de estabelecer uma distinção a favor do estrutural mais do que da sensação física e da dimensão para-estrutural da música⁴⁰.

Para isso concebe um método de três passos, cujo principal problema é limitar-se à parte musical e esquecer de alguma maneira a visual (presente somente no último passo).

1. Estuda-se uma série de parâmetros musicais: repetição discursiva de estruturas, demarcação das estruturas (mudanças na melodia, harmonia, instrumentação, etc), simetria, repetição musemática, direcionamento de estruturas harmônicas e melódicas, “corrente motora” (presença de

38. VIÑUELA SUÁREZ, E., *op. cit.*, p. 42.

39. BJORNBERG, Alf, “Structural Relationships of Music and images in Music video”, em *Popular music*, 13/1, Cambridge: Cambridge University Press, 1994, p. 51.

40. BJORNBERG, Alf, *op. cit.*, p.54.

estruturas de acompanhamento constantes e contínuas), mudanças na dinâmica, processo sonoro (mudanças em parâmetros do som, como o timbre, o eco, a reverberação, etc.) e o “factor de predomínio individual” (IPF) que pretende avaliar o grau em que se dá um predomínio da linha melódica sobre o acompanhamento ou vice-versa, e a sua correspondência e reflexo na construção de processos visuais, comparando elementos como o ritmo musical com o visual ou as mudanças tímbricas e dinâmicas com os distintos movimentos de câmara.

2. Estruturação musical da canção e sua relação com a estrutura visual, como a comparação estabelecida entre verso e refrão ou uma estrutura harmónica de dominante-tónica (V-I) com a sua correspondente visual caracterizada por uma perseguição de tensão-relaxamento.
3. Estuda-se o papel da letra da canção, examinando não apenas o seu significado, mas também a fonética e a entoação empregue; procuram-se elementos denotativos e conotativos tais como a presença na imagem de objetos que são nomeados ou evocados na letra da canção ou inclusivamente a presença da escrita na parte visual e os possíveis significados⁴¹.

Um aspeto interessante da unidade estrutural musicovisual já fora acentuado por Michel Chion com a sua teorização sobre a sincronia ou sincresis, “a soldadura irresistível e espontânea que se produz entre um fenómeno sonoro e um fenómeno visual momentâneo quando estes coincidem num mesmo momento, independentemente de toda a lógica racional”⁴². Através da sincronia, dos pontos de sincronização e de outros fenómenos que os aludem (a dissonância audiovisual por exemplo) pode-se criar grande quantidade de efeitos narrativos e expressivos. Ángel Rodríguez⁴³ aprofunda este tema e fala de três tipos de sincronia: a unificação (sincronia permanente no tempo e precisa entre imagem e som; um exemplo, a dobragem), a casual (quando fenómenos visuais e sonoros coincidem ainda que de maneira esporádica, desestruturada e não contínua) e a rítmica ou estética (os fenómenos visuais

41. VIÑUELA SUÁREZ, E., *op. cit.*, p. 39.

42. CHION, M., *op. cit.*, p.65.

43. RODRÍGUEZ, A., *La dimensión sonora del lenguaje audiovisual*. Barcelona: Paidós, 1998, pp. 253-254.

e sonoros coincidem em múltiplas ocasiões, em intervalos regulares, o que os torna mesmo previsíveis). A sincronia estética resulta numa fórmula audiovisual muito apazível para o espectador.

Por seu turno, Carol Vernallis⁴⁴ centra-se em expor como os parâmetros de montagem/edição do *clip* estão imbricados com os parâmetros musicais. Ritmo, altura, intensidade, instrumentação e timbre articulam-se de maneiras variadas e ricas com os tipos de montagem, realização, movimentos de câmara e iluminação, seguindo o todo uma progressão através de certos segmentos (versos/refrão) ou em finais ou pontos intermédios. Vernallis conclui propondo um modelo dinâmico do *videoclip* que deve incluir também micro-ritmos da banda icónica, timbres da música e qualidades sonoras da letra.

Por seu lado, o teórico britânico Nicholas Cook⁴⁵ propõe uma teoria denominada multimédia musical para analisar a forma como a música molda a imagem no audiovisual que é aplicável a formas como anúncios, textos nos novos meios ou *videoclips*. O multimédia é um conceito integrador que deixa para trás a relação unidirecional (a existência de um meio dominante e outro complementar) dos tradicionais pontos de vista sobre textos musico-visuais, e que supõe dirigir a atenção para o momento empírico e concreto da receção, onde o texto ganha sentido:

Meaning is constructed or negotiated within the context of comercial. In which case, instead of talking about meaning as something that the music has, we should be talking about it as something that the music does (and has done to it) within a given context⁴⁶.

A partir da semiótica, estudou-se o *videoclip* como texto tentando explicar a sua especificidade e o modo como este influenciou outras mensagens audiovisuais. Em *Musica da vedere. Il videoclip nella televisione italiana*, Gianni Sibilla⁴⁷ defende a evolução da linguagem do *videoclip* com a necessidade de

44. VERNALLIS, C., *Experiencing music video: aesthetics and cultural context*, New York: Columbia University Press, 2004.

45. COOK, N., *Analysing musical multimedia*, Nueva York: Oxford University Press, 2004.

46. COOK, N., *op. cit.*, p.9.

47. SIBILLA, G., *Musica da vedere. Il videoclip nella televisione italiana*, Roma: RAI/Eri, 1999.

uma grande liberdade, que lhe permita adaptar a sua linguagem às diferentes expectativas do género musical promovido. Em *Il linguaggio della musica pop*⁴⁸, confirma o evidente influxo do *clip* sobre outros formatos televisivos da nova televisão e dos novos meios com o chamado “efeito *videoclip*”, o fenómeno que acontece quando num texto predomina a fragmentação na montagem e na narração. No caso de Eduardo Viñuela, no seu livro de referência *El videoclip en España (1980-1995): Gesto audiovisual, discurso y mercado*⁴⁹, aposta em defender o *videoclip* como visualização de um género musical, seguindo John Mundy, para quem este “influencia, se não determina, a iconografia musical ligada ao som”⁵⁰ e Allan Moore⁵¹ e as suas reflexões sobre a diferença entre género e estilo e como se articulam na produção do texto-canção.

3. Uma proposta de metodologia de análise do *videoclip*

Muitas foram as tentativas para sistematizar um único método que dê conta de todos os casos tendo em conta o género musical e as tipologias de *clip*, como comprovámos. Ainda assim, talvez apenas Andre Goodwin tenha conseguido, em *Dancing in the distraction factory, Music Television and Popular Culture*⁵², destacado acertadamente seis características distintivas do *videoclip* musical, as quais poderão ser tomadas como mínimo denominador comum do género:

- Os vídeos musicais demonstram características do género musical (o cenário nos vídeos de *heavy*, a aspiração social no *hip-hop*);
- Existe uma relação entre letras e motivos visuais. As letras são representadas por imagens, seja de modo ilustrativo, de amplificação ou de contradição;
- Existe uma relação entre a música e os efeitos visuais. O tom e a atmosfera das imagens refletem a da música;

48. SIBILLA, G., *Il linguaggio della musica pop*, Milano: Bompiani, 2003. p. 285.

49. VIÑUELA SUÁREZ, E., *op. cit.*

50. VIÑUELA SUÁREZ, E., *op. cit.*, p. 240.

51. MOORE, A., *Rock: The Primary Text*, London: Ashgate, 2001.

52. GOODWIN, A., *op. cit.*

- As exigências da editora incluem uma grande quantidade de grandes planos; o artista pode desenvolver motivos que se repetem através do conjunto do seu trabalho (um estilo visual);
- Com frequência, existe uma referência à noção de olhar, referências a objetos como espelhos, ecrãs, cenários e um gosto voyeurista pelo corpo feminino;
- Existem referências intertextuais frequentes (a filmes, programas de televisão, música e outros vídeos).

Antes de começar a análise e para sublinhar a ideia chave a respeito da análise no *videoclip*, de que a sua extraordinária variedade como formato impede uma metodologia única adaptável a todos os casos, interessa-nos apontar certas razões ou ideias anexas à afirmação da sua complexidade:

1. A variedade de géneros e estilos para os quais é empregue como elemento promocional relacionam-no com modos de representação específicos e formas de vivência da música popular. Umhas dão mais importância à recepção em direto –rock duro, *Indie*, *heavy-metal*, por exemplo –, outras ao consumo através de meios de comunicação pop;
2. Os diferentes usos e funções como estratégia de promoção e a variedade de audiências às quais se apela supõem expectativas de recepção diversas, quando não contrárias;
3. Num momento como o atual, caracterizado por uma crise da indústria discográfica, as estratégias publicitárias da música popular estão a mudar rapidamente e o desenvolvimento das mesmas encontra-se atomizado segundo o contexto nacional e as suas condicionantes particulares (o impulso da cena *Indie* nacional e o seu vínculo com algumas produtoras do contexto catalão, por exemplo).

Tendo isto em conta, não resta mais do que reconhecer a parcialidade de qualquer análise individual de um *videoclip*, o seu caráter eminentemente concreto (muito mais do que o de um texto fílmico ou televisivo), ao que pode unir-se a consideração da inexistência prática da possibilidade de estabelecer um estilo na realização de *videoclips*. São escassos os realizadores

que conseguiram consolidar um estilo próprio na sua produção (muito condicionada pelas exigências da produtora ou do próprio músico ou banda) e ao mesmo nível dos realizadores cinematográficos. O *videoclip* de autor está ao alcance de somente uns poucos como Floria Sigismundi, Chris Cunningham, Michel Gondry ou Spike Jonze.

Em consequência, vão desenvolver-se de seguida algumas linhas para guiar a análise deste formato, atendendo a uma classificação bastante conhecida: *videoclip* performance ou musical, conceptual, narrativo e misto, que nos parece a mais adequada para proporcionar ao formato uma especificidade (desbloqueando-o enquanto sucedâneo de uma perspectiva de géneros musicais), e que permite focar certas tipologias da sua complexidade.

O *videoclip performance* acentua o vínculo da música com a receção clássica em direto. A banda visual junta-se ao tema musical para criar uma certa experiência de concerto, vivência máxima para os *fans*. Herdeiro da *mise en scène* televisiva baseada no *playback*, a realização destes *clips* assenta na frontalidade do olhar do cantor (e demais membros) para a câmara, numa comunicação intransitiva entre o artista e o potencial espectador. Neste caso, a simplicidade de meios e códigos com os quais se constrói o *clip* limitam também o exame dos aspetos da *mise en scène*. Por um lado, a análise deve atender ao vestuário e aspeto visual dos músicos. Por outro lado, à cenografia, assim como às relações entre ambos (objetos, colocação e interação com os mesmos). O baixo orçamento e escasso tempo de gravação dos *clips* condicionam uma realização baseada nas possibilidades de variação da câmara: capacidade de movimento, localização no espaço do *set*, assim como os possíveis jogos com a iluminação. Quando o *videoclip* provém da gravação real em direto (concerto) é fundamental não esquecer a variável público: a sua inclusão ou não nas imagens, ou o tempo dedicado, ou os artifícios em torno do concerto (apelo ao olhar voyeurista do espectador, como em *Living on a prayer* de Bon Jovi). As análises de *videoclips* performances deveriam servir também para examinar como se articula o texto por secções (seguindo Vernallis e Björnberg, por exemplo).

O *videoclip* dramático ou narrativo apresenta uma sequência de eventos em que se narra uma história com uma estrutura dramática. A narrativa é uma das temáticas mais complexas no que respeita ao *clip*, pois a forma específica deste problematiza o próprio conceito. A estética do *clip* remete para as possibilidades narrativas já anunciadas pela televisão, mas que o *videoclip* enfatiza. A dificuldade de tratar um *videoclip* narrativo advém de aplicar uma metodologia clássica de análise de relatos a um texto que não mantém, a nível formal, muitas das suas pré-condições. Ainda que na sua realização se mantenham vigentes as leis de transparência do relato clássico (continuidade de objetos, respeito pelas regras de *raccord* de direção, construção espacio-temporal por cenas...), Tal acontece num âmbito permanentemente complexo, ambíguo e instável:

Offering an environment, an experience, a mood, music video has animated and set to music a tension basic to American Youth culture: that feeling of instability which fuels the search to buy and belong⁵³.

Assim, neste formato experimenta-se uma certa tensão entre narratividade e não narratividade, que o assemelha, mais do que com a configuração sequencial ou narrativa, com a cíclica da canção, uma formulação estranha de dependência da banda visual em relação à forma musical⁵⁴: parece especialmente difícil citar um *videoclip* exclusivamente narrativo. Ainda que isto, como se referiu anteriormente, possa estar a mudar, os relatos circulares, os meta-relatos (*Bachelorette*, de Michel Gondry, por exemplo), a confusão de tramas, o imaginário surrealista ou o relato sem clausura são as configurações que mais se aproximam de uma ideia de narratividade.

O *videoclip* conceptual não conta uma história de maneira linear ou apela a uma experiência de concerto. Mais do que expressar a letra da canção, a proposta visual deste tipo de vídeo é a criação de uma certa estética, ambiente ou quadro abstrato, mediante a gestão e eleição de fórmulas visuais,

53. AUFDERHEIDE, P., "Music videos: the look of the sound", en *Journal of Communication*, nº 1, vol. 36, winter, 1986, p. 57.

54. SEDEÑO, A., "El videoclip como mercanarrativa", em *Signa, Revista de la Asociación Española de Semiótica*, Vol. 16, Madrid, 2007.

de *mise en scène*, de iluminação, de tipos de montagem e outros códigos, enformando uma espécie de *tableau vivant*. As ideias estruturais de Vernallis e as multimediáticas de Cook mostram-se oportunas.

Juan Antonio Leguizamón propõe um termo apropriado, cremos, para descrever estas duas facetas que o *videoclip* narrativo e o conceptual pressupõem. O teórico propõe que o *videoclip* constitui um processo de visualização do tema musical, ou *concept*, “um determinado repertório de personagens, espaços, formas, cores, gestos e movimentos (micro-narrativas), com os quais se cria um micro-universo rítmico e visual que caracterizará a peça musical e o artista”⁵⁵. Ele finaliza com uma proposta visual que vai mudando, ao longo do *clip*, em jeito de variações sobre um tema. Leguizamón descreve dois modos organizativos de relação entre música e imagem: o polidrico, que “gira à volta de (tal cenário, personagem ou cenas), compõe, penetra num espaço, narra um espaço ou atmosfera, sugere a presença simultânea em vários lugares ou detalhes, provoca a sensação do presente contínuo”⁵⁶ e o sequencial (aplicável ao *videoclip* narrativo), que “valoriza um deslocamento, enlaça na progressão musical acentuando justamente o carácter de progressão no desenvolvimento visual, concatenando certos acontecimentos em breves argumentos”⁵⁷.

O *videoclip* misto resulta da combinação de algumas das opções anteriores, mas longe de as juntar todas, os realizadores de *videoclips* têm predileção por algumas: a parte performance funciona como base para combinações com a conceptual ou a narrativa; não parecem encontrar-se exemplos da possibilidade narrativa-conceptual. O *videoclip* misto forjou chaves de combinação destas modalidades por blocos ou secções da canção, para gerar um certo sentimento de fluxo, assim como uma fruição baseada no prazer.

55. LEGUIZAMÓN, J. A., “Exploraciones musicovisuales”, en *Cuadernos, Revista Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de San Salvador de Jujuy* (Argentina), nº 17, fevereiro, 2001a, p. 255.

56. LEGUIZAMÓN, J. A., *El videoclip como formato o género h*. Disponível em <http://www.fortunecity.co/vitorian/bacon/1244/leguiz.html> (2001b) (Consultado a 2 de Junho de 2001).

57. LEGUIZAMÓN, J. A., *op. cit.*

Sem pretender ser exaustivos, é possível estabelecer algumas ideias a respeito da evolução destas tipologias. Bruno de Marino⁵⁸ considera que o *videoclip* nos anos 80 tinha uma maior componente narrativa e estava mais relacionado com a linguagem cinematográfica. Nos anos 90, o *videoclip* experimentou uma fusão do componente narrativo e do performativo, resultando numa forma híbrida, que John Mundy⁵⁹ denomina “espetacular”, e que deu lugar a um protagonismo desta modalidade mista (célebres são os *videoclips* de bandas *heavy* como Guns n’ Roses ou Aerosmith). Por último, a chegada do vídeo à Internet poderia ter iniciado um regresso à narrativa, dado que o meio permite visionamentos completos e repetitivos.

4. Aplicação: *Beautiful ones* como *videoclip* misto (performance-conceptual)

Para a exemplificação deste modelo de análise escolheu-se o *videoclip* da canção *Beautiful ones* do grupo Suede, pertencente ao seu disco *Coming up* (1996). Trata-se de um *videoclip* de tipo misto performance-conceptual. Como primeira estratégia de divisão da banda imagem elege-se um tipo bastante habitual no *videoclip*: através de uma fotografia a preto e branco, no primeiro caso, e a cores, no segundo.

A modalidade performance localiza o grupo num set televisivo de gravação, onde realizam a interpretação (simulada) da canção. Depois de um travelling circular, a câmara detém-se em primeiro plano na performance do cantor, destacando a sua competência vocal e a centralidade da letra da canção. A partir daqui, a montagem utiliza a base rítmica da canção para determinar a duração do plano. E intercalam-se planos diversos na sua escala e movimento dos distintos membros do grupo.

58. DI MARINO, B., *Clip- 20 anni di musica in video (1981-2001)*, Roma: Castelvecchi, 2001.

59. MUNDY, J., *Popular Music on screen: From Hollywood musical to music video*, Manchester: Manchester University Press, 1999, p. 239.

Quanto ao segmento conceptual é formado por planos de detalhe de objetos que incluem um texto gráfico (marca, mensagem verbal) na sua ação e geram formas visuais com correspondência visual (o caso de textos onomatopáicos). A mistura das duas modalidades ocorre nos versos deixando a exclusividade da *performance* para os refrões.

Depois disto, na ponte e refrão final da canção, a distinção estrutural torna-se mais difícil de perceber, o que é absolutamente coerente com a ideia de visão poliédrica ou variações sobre um tema.

O resultado é um texto perfeitamente estruturado que não dá lugar ao aborrecimento do espectador pois foi construído cuidadosamente para vincular na montagem a forma visual com a letra da canção, não seguindo o significado linear da letra, mas ressaltando palavras específicas com o objetivo de criar pontos de sincronização. A dispersão destes pontos de encontro visuais/sonoros/gráficos faz-se de maneira rítmica gerando uma trama de sincronia estética, de muito agradável recepção.

Bibliografia

- AUFDERHEIDE, P., “Music videos: the look of the sound”, en *Journal of Communication*, nº 1, vol. 36, winter, 1986, pp. 57-78.
- BJORNBERG, Alf, “Structural Relationships of Music and images in Music video”, em *Popular music*, 13/1, Cambridge: Cambridge University Press, 1994.
- CHION, M., *La audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*, Barcelona: Paidós, 1993.
- COOK, N., *Analysing musical multimedia*, Nueva York: Oxford University Press, 2004.
- D’AMATO, F., *Sound Tracks Tracce, convergenze e scenari degli studi musicali*, Roma: Meltemi, 2002.
- DI MARINO, B., *Clip – 20 anni di musica in video (1981-2001)*, Roma: Castelvecchi, 2001.
- FRASER, P., *Teaching music video*, Londres: BFI, 2010.
- FRITH, S., *Music for Pleasure*, New York: Routledge, 1988.

- FRITH, S., GOODWIN, A.; GROSSBERG, L (eds.), *Sound and vision: The music video reader*, Londres: Routledge, 1993.
- GOODWIN, A., *Dancing in the Distraction factory: Music Television and Popular Culture*, Minneapolis: University of Minnesota Press, 1992.
- KAPLAN, E. A. (1987). *Rocking around the Clock: music television, postmodernism and consumer culture*. New York, Routledge.
- KARPOVICH, A., “The Audience as editor: The role of Beta Readers in Online fan Fiction Communities”, em *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: new Essays*, Helleksen, Karen y Busse, Kristina (Eds.), Jefferson: McFarland, 2006.
- LEGUIZAMÓN, J. A., “Exploraciones musicovisuales”, en *Cuadernos, Revista Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de San Salvador de Jujuy* (Argentina), nº 17, fevereiro, 2001a, pp. 251-269.
- LEGUIZAMÓN, J. A., *El videoclip como formato o género h.*, 2001b, disponível em <http://www.fortunecity.co/vitorian/bacon/1244/leguiz.html>, (Consultado a 2 de Junho de 2001)
- MOORE, A., *Rock: The Primary Text*, London: Ashgate, 2001.
- MUNDY, J., *Popular Music on screen: From Hollywood musical to music video*, Manchester: Manchester University Press, 1999.
- REISS, S. y FEINEMAN, N. (eds.), *Thirty Frames per second: The revolutionary art of the music video*, New York: Abrams, 2000.
- RODRÍGUEZ, A., *La dimensión sonora del lenguaje audiovisual*, Barcelona: Paidós, 1998.
- SEDEÑO, A., “El videoclip como mercanarrativa”, en *Signa, Revista de la Asociación Española de Semiótica*, Vol. 16, Madrid: 2007.
- SEDEÑO, A., “Producción social de videoclips” en *Revista Comunicación*, Nº10, Vol.1, 2012, pp.1224-1235.
- SELVA, D. (2012). Nuevos fenómenos en el entorno online. *Telos*, nº 90, janeiro. Fundación Telefónica, Madrid.
- SHORE, M., *The Rolling Stone Book of Rock Video*, New York: Quill, 1984.
- SIBILLA, G., *Musica da vedere. Il videoclip nella televisione italiana*, Roma: RAI/Eri, 1999.
- SIBILLA, G., *Il linguaggio della musica pop*, Milano: Bompiani, 2003.

- VERNALLIS, C., *Experiencing music video: aesthetics and cultural context*,
New York: Columbia University Press, 2004.
- VIÑUELA SUÁREZ, E., *El videoclip en España (1980-1995). Gesto audiovisual,
discurso y mercado*, Madrid: Ediciones del ICCMU, 2009.

CHRIS CUNNINGHAM: ENTRE VIDEOCLIP E CURTA-METRAGEM, ENTRE NARRATIVA E ALEGORIA

Luís Nogueira / Universidade da Beira Interior

Introdução

Durante a segunda metade da década de 1990, Chris Cunningham, realizador britânico nascido em 1970, fez parte de um pequeno grupo de autores (e tal expressão ganha inteiro cabimento neste contexto, como veremos adiante) que elevaram o *videoclip* a uma forma de expressão de grande inventividade técnica, sofisticação formal e consistência narrativa. Ao seu lado, encontramos nomes como os de Michel Gondry, Spike Jonze, Mark Romanek ou David Fincher, os quais haveriam de, ainda que com graus variados de sucesso e regularidade, fazer a passagem para as longas-metragens de ficção. Estranhamente, e tendo em conta o talento demonstrado, tal não aconteceria com Cunningham.

Ainda assim, o autor britânico legou-nos um pequeno *corpus* de *videoclips* que merecem uma análise atenta quer morfológica quer temática quer narrativa, tal a singularidade e a solidez do imaginário que o percorrem. Não nos deteremos e embrenharemos na análise de uma obra em particular porque os trabalhos sobre os quais aqui refletiremos constituem uma unidade inquestionável tanto estilística como tematicamente. O objetivo é perceber de que modo o realizador trabalhou o formato breve do *videoclip* e em que medida, na sua

abordagem, tendeu a aproximá-lo da curta-metragem. Esta aproximação entre dois formatos por definição breves encontrou no híbrido *Rubber Johnny* o seu momento mais acabado.

Antes de passarmos à análise detalhada das obras, interessa-nos ressaltar alguns aspetos transversais ao trabalho de Cunningham aqui em questão. Em primeiro lugar, referir que mesmo quando a narrativa está presente – ou seja: quando há personagens e acontecimentos que são relatados – paremos estar mais próximos da alegoria (enunciado breve e denso na sua manifestação, mas profundo e aberto na sua hermenêutica) do que propriamente de uma história no sentido convencional, usualmente construída com peripécias e *twists* e valorizando a densidade psicológica ou a intensidade dramática. Que isso se deva a uma imposição do próprio formato do *videoclip*, com certeza mais propício à brevidade e concisão de conceitos do que à morosidade do desvelamento de emoções, é uma hipótese de prova relativamente evidente.

Por outro lado, esta propensão alegórica, em alguns casos de uma subtileza quase a tocar a abstração, vem acompanhada de um espírito de atração visual e sonora muito mais assente no choque e no espanto do que na empatia ou no drama. São obras que, certamente, produzem efeitos sobre o espectador, mas mais a um nível sensorial do que propriamente afetivo (na medida em que a tal distinção se possa assegurar alguma pertinência). Esses mesmos efeitos – de choque, de espanto, de eventual repulsa até – não são alheios, em certos momentos, a uma exposição da violência que, passando sobretudo pelo macabro, acaba por se manifestar em situações de quase gratuitidade. A violência revelar-se-á, em vários pontos, quase como o cerne temático fundamental, o núcleo em volta do qual se organiza a possibilidade de uma narrativa breve, feita mais de episódios do que de uma trama densa ou sofisticada. É então a violência, no caso a violência estética, que parece sustentar a narrativa.

Diremos, também, que podemos, com suficiente certeza, e mesmo perante o relativamente escasso *corpus* do realizador, falar de um estilo-Cunningham. Estaríamos algures, se quisermos propor uma categoria estética, no âmbito do tecno-macabro no que toca ao conteúdo e na convergência da vídeo-arte e do cinema experimental no que respeita à forma. Às questões de conteúdo voltaremos adiante. Sobre a forma podemos desde já notar que a montagem assume em vários casos um papel fundamental e o extraordinário virtuosismo que exhibe é uma marca distintiva destas obras. Uma montagem experimental, arrojada, permanentemente chamando a atenção para si mesma, em alguns casos exibindo claras marcas de auto-reflexividade, como veremos adiante. Apesar deste predomínio da montagem (em muitos casos notoriamente virtuosa e mesmo exibicionista), não se pode dizer que a narratividade lhe seja sacrificada – aliás, esta foi uma era em que a maturidade do *videoclip* passou muitas vezes por incorporar de modo mais ou menos veemente os princípios da narratividade; a criatividade passava então, muitas vezes, por contar (pelo menos o esboço de) uma história.

As análises que se seguem não obedecem a uma ordenação cronológica, mas antes a uma espécie de eixo da narratividade, o qual conduz de obras mais escassamente narrativas a obras com uma história que nitidamente as sustenta. Essa maior ou menor narratividade assenta num índice que tem em conta a presença dos aspetos convencionais da narrativa: o número de personagens e as suas motivações, a quantidade de acontecimentos e de linhas narrativas, a ligação causal entre eles e a progressão dramática dos mesmos. De algum modo, este é o período em que *videoclip* e narrativa mais se aproximam, mesmo se, como referimos, muitas vezes essa narrativa marca presença mais como um esquisso do que como envolvimento, como uma abstração de uma ficção mais do que através da identificação com as personagens. Não se trata tanto de uma unidade orgânica e sistémica aristotelicamente convencional, mas de um esquema diegético assenta em signos e indícios. Ainda assim, tal permitiu que o *videoclip* andasse muitas vezes próximo da curta-metragem como aqui veremos.

1. Vestígios de narrativa

Debrucemo-nos agora sobre obras específicas que, a nosso ver, nos parecem relevantes para o estudo em causa. Começemos por analisar o *videoclip* *Second Bad Vilbel* para o projeto Autechre, de 1996. O índice de narrativa é aqui muito baixo. Não há personagens nem acontecimentos, duas das características fulcrais da narrativa convencional. Temos apenas os movimentos de um engenho robótico. Nesse sentido, tratar-se-ia apenas de uma espécie de proto-narrativa, nada mais do que isso.

A montagem, por seu lado, parece exibir reminiscências do cinema experimental americano da década de 40 ou 50, sobretudo da obra e do estilo de Stan Brakhage (refira-se, como aparte, a tradicional opção do cinema experimental por formatos de duração breves, em alguma medida precursores do *videoclip*). Além de muitas vezes trepidante, ela assenta também numa exibição dos próprios materiais e procedimentos da sua fabricação: lá temos as incandescências e os *flashes*, os cortes e as texturas.

De algum modo, é possível evocar aqui ainda duas outras modalidades visuais que podem ajudar-nos na compreensão do estilo adotado por Cunningham neste *videoclip*: por lado, a estética da vídeo-arte, feita de baixa resolução e da incorporação de imperfeições próprias da imagem videográfica; por outro, as experiências radicais de Godard que incorporam tão frequentemente o próprio dispositivo no processo criativo.

Notável também é a forma como são integradas as interferências e anomalias (ruído visual, se assim podemos chamar) para a criação de uma estética muito texturizada, próxima mesmo da tatilidade (figura nº 25) ou da sinestesia: a conjugação de imagens e sons é frequentemente feita quase como um bloco de matérias indiscerníveis (procedimento que encontramos igualmente em *Come to Daddy* ou em *Come on my Selector*). A música e a imagem imbricam-se em plasticidade e ritmo, não funcionando em separado, mas antes como uma amálgama artística que ultrapassa a mera ilustração, numa espécie de eco e reflexo.

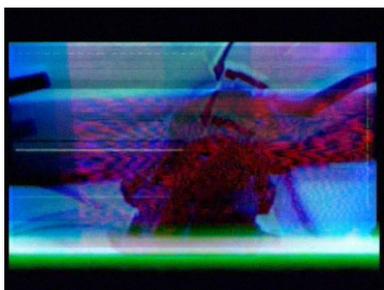


Figura 25

Se há uma aparência de pobreza nesta estética, ela é meramente superficial. É que o que aqui mais interessa não é, tecnicamente, a alta resolução ou definição, ou sequer, narrativamente, a sofisticação temática. A narrativa é, aliás, incipiente ou mesmo, podemos dizê-lo, inexistente. O que interessa aqui é a sinestesia atrás aludida, uma fusão de estímulos e de matérias, de formas e de sons. Assistimos a convulsões sonoras e visuais mais do que as ocorrências narrativas ou a progressões dramáticas. Há algo de muito pictórico, de profundamente ótico, nestas imagens – e algo de profundamente tátil, e é isso que as torna fascinantes, também. A estética não é pobre, é antes incisiva, incidindo sobre os materiais, mais do que sobre os conteúdos.

2. O tecno-macabro

Parte da estética de *Second Bad Vilbel* encontramos-la em *Come to Daddy*, mais especificamente no que respeita à montagem e ao recurso aos efeitos visuais em cada corte deste *videoclip* criado para o tema homónimo de Aphex Twin, em 1997. Há nesta obra uma ligação à estética televisiva não apenas do ponto de vista estilístico, mas igualmente ao nível narrativo, através de uma alusão ao clássico de David Cronenberg *Videodrome* (figura nº 26). Esta referência poderá também, eventualmente, ajudar-nos a perceber um pouco melhor a constituição do imaginário de Cunningham. É fácil, e julgamos que consensual, intuir que os universos do realizador britânico e do realizador canadiano acabam por encontrar vários pontos de contacto: o corpo e as suas mutações e infirmitades (não apenas neste *videoclip*

mas também no de *Windowlicker* ou na curta-metragem *Rubber Johnny*), a violência ou a tecnologia (como sucede em *Come on my Selector* ou em *All is Full of Love*).



Figura 26

O grotesco, espécie de assinatura de Cunningham, está também presente em *Come to Daddy*. Um grotesco urbano que não pode deixar de evocar o cinema de terror moderno e os seus lugares de eclosão: recantos onde o macabro se esconde e ataca, aossando a vítima num frente a frente claustrofóbico e angustiante com o agressor monstruoso. Este face a face tornou-se uma convenção do cinema de terror, e sofre aqui uma variação que não pode deixar de nos chamar a atenção: o monstro que surge da televisão coloca-se ameaçador, insuportável, em frente a uma idosa e não em confronto com a tipicamente sensual e jovem *scream queen*. Em vez da *bela e o monstro*, encontramos aqui *a velha e o monstro* (figura nº 27) – o que não deixa de acrescentar um suplemento de macabro à situação pela vulnerabilidade reforçada da vítima.



Figura 27

O macabro desta narrativa surge ainda bem patente na evocação de uma espécie de *sabbat* satânico, o tradicional momento de convocação das bruxas, mas, neste caso, com uma singularidade: os acólitos do demónio são encarnados em crianças que na sua aparência distante diríamos normais, mas que observadas mais de perto surgem como quimeras monstruosas (figura nº 28), misturando corpos infantis e rostos demoníacos (mais especificamente, o rosto de Richard D. James, aka Aphex Twin, autor da música do *videoclip*, presente igualmente, com igual efeito de estranheza e choque, no *videoclip* de *Windowlicker*). Estas pequenas quimeras demoníacas reúnem-se em volta de um demónio do qual parece emanar todo o mal.



Figura 28

O mal que dele emana e que aqui se concretiza pode ver-se como uma variante do *bullying* e do vandalismo: crianças que semeiam um rasto de destruição e agressão por onde passam, exercendo uma violência sem justificação, moralmente gratuita, e que não podem deixar de nos evocar outras terríveis e malévolas crianças cinematográficas que a nossa memória reconhece de filmes como *Village of the Damned* ou *The Omen*, por exemplo, ou mesmo dos clássicos de Stanley Kubrick, *The Shining* e (num outro escalão etário) *A Clockwork Orange*. A violência é aqui servida por uma especial agressividade provinda da própria música e pela montagem impressiva que a acompanha. Acresce a isto um interlúdio que é introduzido, num tom entre o irónico e o sádico, na forma de uma canção de embalar e que a dado momento reforça a ideia de que a violência pode irromper da mais inocente fonte e por isso se torna ainda mais incompreensível ou mesmo insuportável. Estas crianças que inesperadamente vandalizam e destroem são quem

dá alguma densidade narrativa, ainda que episódica e sem causalidade ou motivação claras, ao *videoclip*. Estamos no campo muito mais da sugestão e da inferência do que da exposição e da referência.

O *videoclip* de *Come on my Selector* (1998) feito para a peça musical de Squarepusher assenta numa narrativa bem mais consistente e estruturalmente clássica. Temos um prólogo que nos introduz ao ambiente típico do filme de terror, com personagens (mais uma vez crianças, desta vez encarceradas numa instituição de acolhimento para doentes mentais) que em algum momento revelarão uma natureza malévola escondida, surgindo de uma penumbra que algures no seu interior parece resguardar o mal. Esse prólogo, que nos descreve o embuste perpetrado por uma criança fugitiva, conduz àquilo que poderíamos descrever como o fim do primeiro ato numa narrativa tradicional, o momento de perturbação do estado de equilíbrio vigente em que o guarda institucional se apercebe da fuga. É aqui que a música começa, cerca de 2' 45" já adentro do *videoclip*. A luta e a perseguição que se seguem, do guarda à criança, e que dá corpo ao tradicional conflito narrativo, conduzirá ao momento em que o guarda é aprisionado pela criança e esta despoleta o processo de transferência da mente de um cão para o cérebro desse mesmo guarda.

Mais uma vez, estamos perante um *videoclip* que poderia bem passar por uma curta-metragem. A narrativa é uma aposta discursiva estratégica e clara. Os elementos que lhe dão corpo vão do cinema de terror como molde primordial ao filme de ação e ao filme de artes marciais. Tal pode ser constatado, sobretudo, ao nível da montagem. A forma como a montagem visual e o ritmo sonoro são conciliados criam um efeito notável de dinamismo e dramatismo que em nada deve às mais virtuosas seqüências do cinema de ação convencional. Este efeito de dinamismo é ainda reforçado pela conciliação da coreografia com a música e a montagem: tudo se conjuga para que a narrativa se torne quase sinestésica, tirando o maior partido da banda sonora de base em que a obra, por um lado, se sustenta e, por outro, serve.

Não acontecesse sabermos que se trata de um *videoclip* e julgaríamos estar perante um pequeno filme entre a ficção e o experimental, entre o cinema de terror e a fábula macabra.

Se *Come on my Selector* exhibe uma estrutura próxima do relato convencional, com um arco narrativo claro e uma progressão dramática evidente, ainda que causalmente esparsa, já *Windowlicker* (1999), de Aphex Twin, foge a este modelo típico, a mais comum das estruturas narrativas, e apresenta-se como um encadeado de *sketches* ou sequências que não exibem evidente organicidade formal, mas funcionam antes na base de algo parecido com um conjunto de *tableaux* autónomos. Não há propriamente uma história, nem personagens, mas antes, se assim podemos dizer, andamentos, no sentido musical, e figuras. Há três partes muito nitidamente marcadas que iremos descrever, num *videoclip* de duração desmesuradamente épica se atendermos aos padrões convencionais: mais de 10 minutos. (caso semelhante, e um clássico da narrativização do *videoclip*, é a obra-prima de John Landis para a canção *Thriller* de Michael Jackson).

A primeira dessas três partes é um longo diálogo (figura nº 29) que parodia e satiriza a cultura negra masculina e a sua eventual propensão para o machismo e a misoginia. A base desta sequência é um diálogo repleto de palavrões que numa versão editada do *videoclip* foram eliminados para efeitos de exibição pública, e que numa outra, apesar de mantido, foi camuflado naquilo que se chamou a *bleep version*, com cada obscenidade a ser sobreposta por um *bleep* sonoro. Esta sequência conclui com a colisão de uma imensa limusina no carro do par de negros que tenta engatar um par de mulheres. É uma peça de uma ousadia inusitada em termos de discurso e um magnífico prólogo que vale por si só (daí a sua subtração para efeitos de *broadcasting* do *videoclip*).



Figura 29

Segue-se, na segunda parte, uma dança verdadeiramente hilariante e provocadora de Richard D. James que evoca, parece-nos que claramente, dois momentos icônicos da dança na cultura popular: a sequência tantas vezes citada, cantada e dançada do clássico *Singin' in the Rain* (figura nº 30), e o chamado *moonwalk*, os passos de dança que celebrizaram Michael Jackson. A este número de sapateado e dança com provocações sexuais inegáveis, seque-se uma orgia, no interior da limusina, que oscila entre a luxúria mais desabrida e o grotesco mais assustador. O grotesco volta a marcar presença através da transformação de mulheres sensuais em figuras aterradoras: meio mulher/meio homem, meio mulher/meio velho (figura nº 31). A transformação em direção a um grotesco de grau cada vez mais elevado torna-se imparável, fazendo desta sequência um quase *horror movie*, mais repulsivo do que assustador, mas igualmente medonho.



Figura 30



Figura 31

A apoteose do macabro dá-se no terceiro e último segmento. Aqui, numa espécie de oásis paradisíaco, ocorrem as mais perversas metamorfoses, de que são exemplo rostos velhos e informes com penteados infantis e respetivas bandoletes ou rostos demoníacos em corpos femininos avantajados. Um cabaret-celulite, por assim dizer (figura nº 32). Ou, visto por outro ângulo, *Broadway on H.R. Giger*: o mais inquietante, e de algum modo cómico, é encontrar nesta sequência uma alusão bem patente ao musical cinematográfico arquetípico e em particular ao mais célebre de todos os seus coreógrafos: Busby Berkeley. Isso mesmo se constata em duas circunstâncias: por um lado, no recurso ao plano zenital que tão frequentemente Berkeley utilizou para criar efeitos de abstração coreográfica verdadeiramente vanguardista (figura nº 33); por outro, na alusão a uma das suas outras imagens clássicas, a de uma dançarina que passa sob uma parada de pernas que lhe servem de túnel e moldura... só que onde a beleza e a candura encantavam as plateias do musical tradicional, pondo-se olhos nos olhos com o espectador, aqui a fealdade e o repugnante divertem o espectador pelo insólito e o surreal da situação, precisamente quando somos confrontados com a grotesca citação do desenho *The Windowlickers*, de Giger (figura nº 34). Em resumo, trata-se de um *videoclip* que mais do que uma história nos dá bonecos, no sentido circense do termo, e excentricidades.



Figura 32



Figura 33



Figura 34

3. A possibilidade da alegoria

Algo de surreal, irreal ou fantástico encontramos igualmente no *videoclip* de *Afrika Shox* (1999), do projeto britânico de música eletrônica Leftfield. Voltamos a uma narrativa estruturalmente mais clássica, mas, ainda assim, de cariz fortemente alegórico e de interpretação quase indiscernível. De algum modo poderíamos chamar-lhe uma alegoria da precariedade. Porquê? Porque o que vemos é uma figura entre o *homeless* e o refugiado, deambulante na sua fragilidade e vulnerabilidade pelas ruas de Nova Iorque, concitando e exibindo a fragilidade de todos os desprotegidos. Parece não ter identidade, e até a sua humanidade e existência são (literalmente) precárias. Surge do nada, escondido na penumbra, qual pária ou renegado, e ao nada voltará, como se constatará no inesperado e assombroso final através da contundente pulverização de que é vítima.

Esta personagem é uma espécie de *ultimate John Doe*, um zé-ninguém que está inteiramente deslocado do cenário, da sociedade, da civilização. É, na sua fisionomia e gestualidade, um morto-vivo à deriva. Um *zombie* e um *alien*. Veremos ao longo do *videoclip* que ele é, também, o *hollow man*, um ser sem espessura, oco, quase um homem invisível ou impalpável. Ele é o *anti-golem*, já que não é trazido da terra à vida, mas é levado à obliteração. É também, em última instância, o reverso de Adão, do primeiro homem, do humano original, moldado no barro húmido e maleável; o personagem de *Afrika Shox* seria, por seu lado, o derradeiro homem, aquele que faz jus à sentença: *da terra vieste, à terra voltarás... ashes to ashes, dust to dust*. É um ser que, literalmente, se desmembra e vai perdendo, nesse processo, a sua humanidade, a sua pertença, a sua integralidade (figura nº 35). No final, dá-se uma espécie de mini-apocalipse em que este corpo sem órgãos e sem alma explode no mais prosaico dos acidentes, com o mais espantoso desfecho (figura nº 36). Em todo o clip há, portanto, mais uma alegoria do que uma narrativa, como muitas vezes convém a este formato; mas, notemos, nestes poucos minutos é a própria humanidade e a sua ideia mais forte e abrangente, desde a mítica génese bíblica à extinção individual, que é retratada, ou, pelo menos, alegorizada.



Figura 35



Figura 36

Se evocamos Adão a propósito da narrativa de *Afrika Shox*, poderemos agora acrescentar e centrar-nos na figura de Eva a propósito do muito aclamado *videoclip* de *All is Full of Love* (1999) que Cunningham realizou para a cantora islandesa Bjork. O que este *videoclip* nos mostra é um casal que ganha progressivamente vida. Mas não um casal qualquer: são dois robots que vão sendo montados (ou reparados) e se antropomorfizam nas emoções e expressões (figura nº 37). A sexualidade de ambos é feminina, o que na aparência nos levaria a descartar quer o casal originário (Adão e Eva) quer o mito do andrógino platónico, arquétipo da humanidade e dos seus afetos. Ainda assim, subtraindo essa contingência do género sexual das personagens, há algo muito substancial pertencente a estas duas narrativas das origens neste *videoclip*: o surgimento do vínculo mais enigmático e arrebatador entre dois seres, o *amor*, por um lado, e o manifesto da criação, por outro.

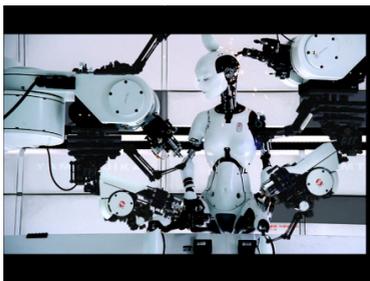


Figura 37

Do mesmo modo, é possível identificar aqui a referência a uma outra narrativa fundadora da ideia de humanidade e pós-humanidade contemporâneas: Frankenstein. O que vemos aqui é a gênese de um ser enquanto organismo e mecanismo, um ser de partes que a tecnologia haverá de conciliar numa entidade viva e consciente. Os robots que se encarregam desta tarefa de *montage* ou *assemblage* quase parecem cirurgiões e os seus movimentos são tão precisos quanto elegantes, como se dar ou restituir a vida fosse um bailado de criteriosa delicadeza para o terapeuta ou para o demiurgo. Através de Frankenstein, essa figura chave precursora e arquetípica do pós-humano ou do trans-humano, podemos fazer o reenvio ou a remissão deste *videoclip* para outras figuras da robótica que perpassam muito do imaginário contemporâneo. Olhando retrospectivamente, nestes dois *robots-Bjork* encontramos claras familiaridades com os andróides de *I, Robot*, a adaptação cinematográfica do imaginário de Isaac Asimov, ou com os de *Artificial Intelligence*, filme de Steven Spielberg, inspirado num conto de Brian Aldiss. São figuras de uma realidade possível, prospetiva e poética, onde o humano e o maquínico parecem convergir numa singularidade que ultrapassa as suas diferenças ontológicas, dando origem a entes novos que redesenham a nossa conceção (ou, pelo menos, a nossa imaginação) da humanidade.

Esta hipotética neo-humanidade é apresentada por Cunningham de uma forma quase alquímica: o romântico sobrepõe-se ao metálico e a textura fria do robot torna-se cálida, suave, quase erótica; a libido torna-se imanente na metáfora dos líquidos e lubrificantes que correm entre os corpos. Esta é, então, uma história de amor e de desejo. Em vários sentidos: de amor humano entranhado nas máquinas (logo, estas tornam-se necessariamente viscerais), de desejo de vida sentido no mecanismo, logo este torna-se corpo e alma, de desejo e amor de uma partilha que transcenda a textura e a matéria e se corporize no afeto. Nada de mais humano, portanto. Tudo servido por uma elegância na realização que transforma a frieza do cenário clínico e assético num idílio de intimidade e harmonia.

Chegamos ao último caso em análise e ao mais interessante, em certa medida, em função da sua condição híbrida: *Rubber Johnny*, de 2005. Falamos de condição híbrida na medida em que se trata de um trabalho que sendo categorizado como curta-metragem, poderia, em boa verdade, funcionar sem grande espanto como um *videoclip* para o tema *afx237 v7 (w19rhbasement remix)* de Aphex Twin que serve de banda sonora ao filme. Assim sendo, no seguimento do que foi já referido anteriormente, esta obra quase poderia ser vista como o epítome do imaginário e do processo criativo de Chris Cunningham: nela encontramos mais uma vez a concentração numa ideia narrativa muito circunscrita, centrada numa personagem, neste caso um humano-*alien* (figura nº 38), uma espécie de aberração mutante e monstruosa que vive um processo que vai da informidade à deformação e regressa (figura nº 39). Há algo de profundamente surreal no que acontece (inexplicável, onírico, visceral). E de convulsivo em certos momentos da montagem, quase epilética (entrecortada por surpreendentes momentos de acalmia), como se cada plano fosse mais uma peça de *collage* ou *assemblage* do que a descrição de uma ação ou de um gesto. O *freak* inefável (e abominável) ganha a certa altura uma destreza de movimentos e ações tal que nos parece quase um exímio mestre de artes marciais ou um imbatível *breakdancer* ou *raver*, e leva-nos de uma espécie de *creature feature low-fi*, onde parecemos ser inicialmente instalados, para uma espécie de frenético videojogo arcaico, cheio de disparos e ricochetes.



Figura 38



Figura 39

Do prólogo inicial em que o dramatismo nos faz evocar obras cinematográficas fundamentais sobre o questionamento dos limites da identidade humana como *Freaks*, de Tod Browning, ou *Elephant Man*, de David Lynch, com a questão da ostracização, da solidão e da orfandade a ganhar especial relevo, à *breakbeat montage* (fazemos aqui um paralelismo taxinómico com a *hip hop montage* que fez parte do sucesso e prestígio de Darren Aronofsky em filmes como *Pi* ou *Requiem for a Dream*) da batalha entre Rubber Johnny e um adversário invisível, há uma mutação tão incompreensível quanto insólita. O grotesco é aqui levado ao extremo. Este processo é-nos apresentado através de uma certa mas invulgar solução técnica: o recurso à câmara de infravermelhos que, simultaneamente, acrescenta realismo e estranheza à narrativa. Ou seja, estamos perante um suporte pobre, de baixa definição, aliado a um formato breve, a curta-metragem, o que não pode deixar de ser relevante em termos de opções de produção e conseqüente ideário.

Conclusão

Como referimos, e para espanto dos fãs que seguiram o seu trabalho e admiraram o seu talento, não é muito extensa a obra de Cunningham; revela-se, porém, bastante consistente e coerente. O mais interessante na mesma talvez seja o facto de a sua fama se ter construído eminentemente em volta de um formato que não chega a ser canonicamente cinematográfico (até por questão técnicas, como as designações demonstram: *videoclip*, *music video*), nem sequer possui o fôlego das grandes obras narrativas que, em larga medida, fizeram do cinema aquilo em que ele se tornou ao longo do século XX: uma forma de contar histórias, de comover, de empatizar o espectador.

A maior diferença entre a obra do cineasta britânico e a de outros realizadores é a vontade de aproximar *videoclip* e curta-metragem através da narrativa (mesmo que esparsa e condensada), ou da alegoria, modo de maior intensidade e assertividade perante o espectador. Os seus *videoclips* são uma espécie de híbrido que se prende à curta-metragem pela narrativa – melhor seria dizer: pelo bestiário – que vai apresentando, e se liga ao *video-*

clip pela imbricação e reciprocidade entre o ritmo musical e a dinâmica da montagem. O caso de *Rubber Johnny* é, como vimos, o momento em que esta espécie de *mash-up* conceptual ou de *cross-over* estilístico melhor se reflete.

Video-arte, cinema experimental, ficção narrativa e *clip* musical entram num diálogo de inter-discursividade e intertextualidade que ajuda a caracterizar morfológicamente estas obras incontornáveis daquilo que poderíamos descrever como a *Idade de Ouro* desse formato breve que é o *videoclip*.

Filmografia

The Work of Director, Chris Cunningham, 2003.

Cinema trailer

O TRAILER CINEMATOGRAFICO E A CONSTRUÇÃO DE METÁFORAS POÉTICAS: OS SONHOS DE AKIRA KUROSAWA

Raquel Cabral / UNESP, Bauru, São Paulo

Introdução

Ao longo da história, pensar em metáforas sempre nos remeteu, de alguma maneira, à linguagem verbal. No entanto, no último século, alguns autores começaram a defender que a metáfora não é somente coisa da linguagem verbal, mas que estrutura nosso pensamento e ação ao mediar nossa percepção de coisas, factos, acontecimentos, estados, problemas e ideias. Portanto, partindo dessa formulação conceitual, podemos pensar não somente em metáforas verbais, mas também visuais, já que a imagem também é coisa da linguagem.

Nesse âmbito, antes de falar em metáfora visual, cabe primeiramente problematizar a reflexão em torno das imagens. Devemos recordar o aspeto ritualizador da imagem. Isso quer dizer que na sociedade mediática, a imagem se converte em símbolo, no ritual que congrega. Nisto consiste sua eficácia social. Os símbolos partilhados socialmente permitem a criação e certa afirmação de identidades que congregam grupos, instituições, discursos e indivíduos.

Partindo desta reflexão, pensar na metáfora poética visual implica reconhecer sua inerente dimensão social; ou seja, sua incidência no contexto da linguagem e da cultura. Com a metáfora poética, uma determinada cultura linguística se faz mais ampla, rica, aumentando as possibilidades de expressão da língua. Assim, o processo

de produção de significação pode fazer-se muito mais fluído quando encontra uma expressão metafórica para a qual ainda não existe um correlato na linguagem cotidiana. Por outro lado, além de aumentar as possibilidades linguísticas de uma cultura, a metáfora também antecipa a interpretação, fazendo com que possamos compreender um domínio desconhecido em termos de outro já conhecido. E este é um dos seus aspetos mais interessantes.

Assim, podemos observar que durante a história do cinema e da própria publicidade, ambas as linguagens incorporaram o uso da metáfora poética como estratégia criativa, e muitas vezes como elemento surpresa, de choque ou de criação de expectativa. Hoje, essa característica é o que a converte em um elemento privilegiado para o estudo dos imaginários, especialmente no contexto de velocidade e vertigem, onde não cabe recurso a uma densa argumentação. Diante da necessidade de criar impacto, surpresa, curiosidade ou expectativa, a metáfora poética na imagem publicitária e cinematográfica do *trailer* somente pode jogar com sua própria criatividade, potencializada pelos elementos estético-narrativos que apoiam essa estrutura metafórica.

Partindo dessa perspectiva é que propomos neste texto uma leitura e uma análise do *trailer* como produto cultural, onde é possível visualizar estruturas conceituais metafóricas que buscam criar uma estratégia criativa a fim de potencializar a mensagem, impactar e antecipar o processo interpretativo do espectador.

1. O *trailer* e a cultura audiovisual: maximizando o impacto, a surpresa e o encanto

A história do *trailer* nos remete a alguns episódios que revelam sua íntima relação com o cinema e a publicidade. A incorporação de técnicas com o objetivo de seduzir o espectador foi buscada e aperfeiçoada ao longo das últimas décadas. Diante de sua curta duração, o *trailer* sempre teve uma missão: posicionar um filme no mercado e na mente do espectador.

Autores como Lisa Kernan e Vinzenz Hediger, consultores do trabalho monográfico *Coming Attractions: The History of Movie Trailers* (2005, DVD-The Andrew J. Kuehn Jr. Foundation) e Dornaletetxe⁶⁰ defendem que desde os anos 20 do século passado, o *trailer* incorporou diferentes transformações técnicas e inclusive conceituais. Nesse sentido, partindo de nossa reflexão e de um modelo promocional inspirado no cartaz cinematográfico, o *trailer* foi modificando sua estrutura narrativa e conceção estética até converter-se no material audiovisual que hoje conhecemos. Partindo de uma reflexão crítica, sua conceção estético-narrativa atual nos indica muito mais que um instrumento da publicidade cinematográfica. Junto ao *videoclip*, o *trailer* se converteu nos últimos anos em uma fórmula de compressão de nossa própria cultura, uma expressão radicalizada da sociedade comprimida e otimizada pelos meios de comunicação.

Na sociedade otimizada, tal como concebe Elias⁶¹, predomina a economia das imagens perfeitas, em alta resolução, onde se constroem modelos de comportamento que dificilmente são rejeitados. O consumo de imagens perfeitas se vê justificado na sociedade do espetáculo que, por sua vez, produz e legitima uma cultura do espetáculo. Tudo se transforma em bens culturais, bens comprimidos, compactos, prontos para serem consumidos rapidamente, inclusive a própria arte.

No entanto, conforme indica Bauman⁶², na modernidade líquida que goteja sobre nosso tempo presente, a arte adquire uma conotação muito singular. A arte líquida de nossos dias é, portanto, aquela que nasce para morrer instantaneamente. A eternidade perde seu encanto, e «as coisas divertidas, as coisas criadas para proporcionar sensações agradáveis são coisas que se consomem». Desse modo, nos convertemos em uma geração de buscadores de sensações, de imortalidades instantâneas e experiências totais. Assim é como se observam seus sintomas. O poder deixa de ser repressor para

60. Dornaletetxe, Jon (2009): Pensamiento narrativo y retórica en los trailers cinematográficos. Tese de doutoramento.

61. Elias, Herlander - A sociedade otimizada pelos media – The Media Optimized Society, Lisboa, MediaXXI/Formalpress, 2006.

62. Bauman, Zigmunt - *Arte, líquido?* Barcelona, Sequitur, 2007, p.20.

ser sedutor em um contexto em que a fragmentação, em todos os seus sentidos, aparece como traço característico de nosso tempo, e como fórmula mediática de sedução que justifica o consumo e garante o sucesso. Busca-se impactar para confundir e fragmentar para seduzir.

Partindo dessa reflexão, o *trailer* cinematográfico adquire relevância não somente como produto cultural, mas sim como fórmula mediática de compressão, um modelo estético-narrativo que reflete a cultura do espetáculo. Nesse sentido, recordamos Ferrés⁶³ quando sinaliza que, em contextos de vertigem, somente cabe recurso aos mecanismos da emotividade, razão pela qual esta fragmentação busca trabalhar os aspetos emocionais que perseguem a sedução do espectador contemporâneo.

Dito isso, nos situamos no contexto dos últimos cem anos de existência do *trailer* cinematográfico também para refletir sobre nossa cultura. Segundo Bauman⁶⁴, no que se refere à atualidade, nossa forma de conceber a própria cultura mudou muito no último século. Hoje, nossa cultura é aquela que busca maximizar o choque e evitar o tédio. Nessa cultura, afirma George Steiner citado por Bauman⁶⁵, os objetos culturais surgem para gerar um impacto máximo e uma obsolescência instantânea. A obra de arte se transforma porque abandona o território do sagrado para formar parte do consumo. A obra de arte abandona a arena do cotidiano para converter-se em um acontecimento único; ou seja, renuncia à imortalidade, ao eterno para maximizar sua curta existência. Portanto, a arte contemporânea é uma arte líquida porque nasce da temporalidade do acontecimento. Na conceção de Bauman, os produtos culturais, a moda, o espetáculo vale segundo o potencial de emoção que consegue provocar, especialmente os bens culturais como a própria obra de arte.

63. Ferrés, Joan - *La metáfora del naufragio – La crisis cultural como pérdida de valores y La metáfora de la paloma – Conciliación entre emotividad y racionalidad* in [Educar en una cultura del espectáculo]. Barcelona: Paidós, 2000 Pg. 78. (2000: 78)

64. Bauman, Zigmunt, op. cit., p. 20.

65. Op. cit.

Assim, a arte líquida nos converte a todos em buscadores de sensações, de pequenas imortalidades instantâneas. A rejeição aos fundamentos absolutos e às certezas definitivas permite a essa arte acomodar-se às exigências de imaginários coletivos mutantes, objetos impacientes, sempre dinâmicos. Esta conceção reforça nossa defesa de que vivemos uma era de fragmentação e sedução, onde o impacto, a velocidade, o efêmero e a obsolescência cultural confundem e seduzem. É aí onde o controle da atenção se faz efetivo. Seduzidos já não questionamos, somente buscamos sentir.

Nesse contexto da era de sedução e consumo de Gilles Lipovetsky e de arte líquida de Zigmunt Bauman, nossa abordagem do *trailer* busca compreender os elementos que potencializam a mensagem mediante a sedução e captação da atenção do espectador. Elementos como a maximização do impacto sensorial, a manipulação do tempo narrativo e a fragmentação narrativa se convertem em uma fórmula de sedução que sinaliza uma variável em concreto. A metáfora como estratégia criativa aparece não somente como elemento estilístico da linguagem, mas também como uma questão central para a interpretação. Ao remeter-nos às imagens, analogia, conexões e associações, as construções metafóricas que se desprendem nesse processo nos levam a uma dimensão mais profunda da interpretação. Assim, a potencialidade da metáfora poética como mecanismo criativo permite acionar a interpretação da mensagem e potencializar o tema do filme.

2. A metáfora

Desde as suas origens gregas, a metáfora tem sido objeto de interesse tanto de linguistas como filósofos. Na maior parte das correntes teóricas que se dedicaram ao seu estudo, ela foi interpretada como um fenômeno intrínseco à linguagem, e em outros casos, como puro artifício literário. No entanto, ambas as correntes trataram de reconhecê-la como um fenômeno comunicativo. E este é nosso ponto de partida.

Segundo Herrero: «É Isócrates que a menciona pela primeira vez em Evágoras (Ca. 370 a.C.), ao enumerar os diferentes tipos de procedimentos ornamentais dos que dispõe o poeta»⁶⁶. Ainda que originalmente pensada como um artifício poético, etimologicamente a palavra procede do grego, e a expressão *meta* significa “sobre” enquanto que *phora* significa “transportar”. Nesse sentido, a tradução se aproximaria da ideia de um processo ou movimento de um lugar de origem a outro de destino. Por outro lado, também podemos interpretar que esta ação de *sobretransportar* também implicaria em levar consigo uma carga adicional. Desse modo, poderíamos entender que também se trata de trasladar um *plus* de significado de um lugar a outro.

Tal como explica Herrero: «Ao princípio, Isócrates adverte que o recurso à “*metaphora*” está restrito ao mundo dos poetas, e não dos oradores. Décadas depois, Aristóteles expunha sua teoria da metáfora, tanto em relação à arte da poética como a da retórica»⁶⁷. É Aristóteles o pai da Teoria da *Metaphora* e sua doutrina está publicada no livro III da Retórica e em todo o tratado de poética. Na realidade, o filósofo é o primeiro na história que reconheceu a dimensão cognitiva da metáfora ao compreendê-la como fonte de conhecimento e um mecanismo de criação de uma nova visão sobre o objeto. Por outro lado, limita a metáfora ao discurso poético e retórico (discurso estético e persuasivo), mas não em textos argumentativos, como se verá confrontado nas teorias contemporâneas do Interacionismo e Neointeracionismo.

A partir de Aristóteles, o estudo da metáfora continua vivo na tradição latina na Antiguidade com as Retóricas de Cícero e Quintiliano. Já na Idade Média se publica *Ars Poetica* de Horácio onde já se percebe a dissolução da Poética na Retórica.

66. Herrero, Rosario - *La metáfora: revisión histórica y descripción lingüística*, Frankfurt, Peter Lang, 2006, 13.

67. Herrero, Rosário, *op. cit.*

A Teoria Contemporânea da Metáfora começa com I. A. Richards e C. K. Odgen⁶⁸ e dura até nossos dias, com uma especial inflexão em George Lakoff⁶⁹, considerado o pai da metáfora cognitiva, cuja principal contribuição é assentar a base para compreender a concepção de metáfora poética que fundamenta o presente texto.

3. A metáfora poética: das estruturas conceituais à metáfora visual

Autores como Paul Ricoeur, George Lakoff, Mark Johnson, Emmánuel Lizcano e Carl Hausman convergem no entendimento do poder criativo da *metáfora poética*, um tipo de *metáfora viva* que cria novas formas de ver e entender determinada realidade a partir de uma relação surpreendente entre dois domínios da qual se gera uma nova inteligibilidade ou experiência.

Na expressão metafórica literal '*As teorias são edifícios*' está implícita a concepção de que uma teoria é como '*um edifício*', onde o '*como*' foi suprimido estabelecendo uma relação direta. Na expressão, entendemos que o que se quer expressar é que as teorias edificam determinado conhecimento, lançam os cimentos estruturando plantas que levam à compreensão maior de um saber específico. No entanto, se utilizamos a expressão '*As teorias complexas normalmente têm problemas com o encanamento*', sua compreensão cai fora do domínio literal, e passam a formar parte da linguagem figurativa ou imaginativa⁷⁰.

As metáforas poéticas (*Creative Metaphors*) introduzem mudanças culturais. A maioria das teorias tradicionais sobre a metáfora não aceitam que elas possam criar realidades. De facto, «é razoável supor que as palavras sozinhas não mudem a realidade. No entanto, as mudanças no nosso sistema conceitual mudam o que é real para nós, e afetam a forma em que percebemos o mundo e atuam sobre a base dessas percepções»⁷¹.

68. Richards, Ivor Armstrong & C. K. Odgen - *The Meaning of Meaning: A study of the influence of language upon thought and of the Science of Symbolism*, Londres, Kegan Paul, 1923.

69. Lakoff, George & Johnson, Mark - *Metáforas de la vida cotidiana*, 3ª ed., Madrid, Cátedra, 1995.

70. Lakoff, George & Johnson, Mark *op. cit.*, p. 93.

71. Lakoff, George & Johnson, Mark *op. cit.*, p. 187.

Para Lizcano⁷², as *metáforas poéticas ou vivas*:

Establecem uma conexão surpreendente entre dois significados até então desvinculados, aquelas que, de repente oferecem uma nova perspectiva sobre algo familiar e nos fazem vê-lo com novos olhos (ou saboreá-lo com um paladar ainda sem estrear). Metáforas vivas são, por antonomásia, as metáforas poéticas. Quem me apontou que no canto flamenco havia ‘sons negros’ me fez ouvir o que eu não havia ouvido jamais: o som das cores. [Tradução nossa]

Partindo dessa perspectiva, é relativamente fácil compreender sua aplicação no âmbito da linguagem verbal, mas como estudá-la no contexto não-verbal?

No âmbito da imagem fotográfica, partindo das contribuições sobre a retórica da imagem de Roland Barthes, podemos chegar a refletir sobre os dois elementos que o autor identifica como mecanismos que podem interferir na geração do interesse do observador por determinadas fotografias. No seu livro *Câmera Lúcida: Nota sobre a fotografia*⁷³, Barthes propõe a identificação de dois elementos que coexistem na imagem: o *studium* e o *punctum*. Segundo o autor, o *studium* tem relação com a cultura, com os critérios culturais e sociais partilhados por um coletivo. Na realidade, o observador se interessa por muitas imagens, mas a fonte de seu interesse está nas conotações, no cultural ao reconhecer expressões, rostos, gestos, lugares, cenários, entre outros. O segundo e mais complexo é o *punctum*, porque está relacionado com a experiência pessoal. Refere-se à relação que o observador estabelece com a imagem. É o elemento que, segundo nossa interpretação, se relaciona diretamente com a construção de metáforas.

[...] é aquele que sai da cena como uma flecha e vem apunhalar-me. Em latim existe uma palavra para designar esta ferida, esta apunhalada, esta marca feita por um instrumento pontiagudo, esta palavra seria tão ade-

72. Lizcano, Emmánuel (2003): *Imaginario colectivo y análisis metafórico*. Transcrição da Conferencia inaugural del Primer Congreso Internacional de Estudios sobre Imaginario y Horizontes Culturales, celebrado na Universidad Autónoma del Estado de Morelos, Cuernavaca, México, durante os dias 6 a 9 de maio de 2003. Disponível em: http://www.unavarra.es/puresoc/pdfs/c_salaconfe/SC-Lizcano-2.pdf
73. Barthes, Roland (2003): *La cámara lúcida: Nota sobre la fotografía*, Barcelona, Ediciones Paidós.
N.T.: Barthes, Roland (1989): *A câmara clara*, Lisboa, Edições 70.

quada quanto a ideia de remeter à noção de pontuação e de que as fotos de que falo estão de facto, como pontuadas, às vezes e inclusive, manchadas por estes pontos sensíveis; precisamente essas marcas, essas feridas, são pontos. Esse segundo elemento que vem perturbar o *studium*, o chamarei de *punctum*; pois *punctum* também é: punhalada, furinho, pequena mancha, pequeno corte, e também casualidade. O *punctum* de uma foto é esse acaso que nela me desponta (mas que também me fere, me apunhala)⁷⁴.
[Tradução nossa]

Desse modo, podemos reconhecer que através da identificação do *punctum* na imagem é possível aceder às estruturas metafóricas presentes nela, que organizam e estruturam o significado. O *punctum* ativa ou aciona o processo interpretativo de modo a permitir-nos visualizar a trajetória e a construção da metáfora poética na imagem.

Para apoiar esta argumentação, recordamos a obra de Rouquett, *A Criatividade*⁷⁵, na qual o autor trabalha precisamente no estudo da aplicação da metáfora às imagens publicitárias como mecanismos criativos que ativam a interpretação e compreensão da mensagem. Partindo de sua reflexão em relação às imagens publicitárias, pode-se observar como a partir de determinados mecanismos metafóricos se constrói a significação em um contexto criativo, não previsível. A noção de metáfora aplicada à imagem (que parte da fundamental contribuição de Barthes com relação à identificação do *studium* e do *punctum*) nos faz entender como se estruturam as relações metonímicas e metafóricas presentes na imagem, na qual flui a metáfora em muitos processos criativos.

Por outra parte, considerando que até agora discutimos sobre a possibilidade de identificar metáforas poéticas na imagem fotográfica e publicitária, o que dizer da imagem cinematográfica? Podemos encontrar os mesmos processos metafóricos no cinema? Considerando que o objeto de nossa

74. BARTHES, *op. cit.*, p. 58-58.

75. Rouquette, M. L. - *La creatividad*, Buenos Aires, Huemul, 1977.

reflexão se refere ao *trailer* como um produto de imagens publicitárias e cinematográficas, vejamos quais são as variáveis implicadas no contexto do cinematógrafo. Do mesmo modo, a título de exemplo, realizaremos uma breve análise do *trailer Dreams* do diretor Akira Kurosawa (1989, Japão), onde trataremos de identificar algumas possíveis estruturas metafóricas que buscam potencializar a mensagem do filme e seduzir o espectador em um curto período de tempo.

4. Metáfora poética, cinema e publicidade: uma breve análise da construção de metáforas poéticas no *trailer Dreams* de Akira Kurosawa

No cinema existe uma tradição no estudo da metonímia como fenômeno de linguagem, muito frequente no filme. No entanto, ainda que não neguemos a presença da atividade metonímica no contexto das artes não-verbais, entendemos que junto a ela vai ligada uma relação metafórica que estrutura a mensagem e permite-nos aceder a um nível mais profundo da interpretação, especialmente daquelas que estruturam determinados conceitos da imagem. Nesse sentido é que o estudo da metáfora se destaca na nossa pesquisa, já que podemos entender o processo criativo do *trailer* como um processo de criação, compressão e potencialização de metáforas. Em especial, a metáfora poética é a que mais relevância encontra no *trailer*, considerando seu domínio publicitário e cinematográfico, na qual a linguagem persuasiva está submetida a uma estética narrativa.

Nesse contexto, Aguilar Moreno⁷⁶ indica que no cinema as metáforas podem ser vistas tanto no material verbal como no não-verbal. Defende que as estruturas metafóricas se encontram não somente nos diálogos, mas também em objetos, nos cenários, e inclusive, no fora de campo. No entanto, para este autor, um dos principais elementos cinematográficos onde é possível encontrar a presença de metáforas são os objetos.

76. Aguilar Moreno, José María - *El cine y la metáfora*, Sevilla, Renacimiento, 2007.

Os objetos podem ter um valor equivalente ao simbolismo mencionado na pintura ou literatura, uma significação que poderia chamar-se sublinhada, mas em infinidade de casos, esses objetos que veem na tela sugerem, às vezes quase imperceptivelmente, sentimentos, situações, pensamentos não expressados nos diálogos. Sua presença nunca é gratuita, e não obedece somente a uma motivação realista de descrição ambiental; espelhos, telefones, flores, cigarros e um inumerável etcétera podem atuar, então, não como símbolos, mas sim e mais modestamente como conotações que enriquecem o sentido do filme⁷⁷.

[Tradução nossa]

De facto, esta interpretação que o autor realiza ao privilegiar o estudo dos objetos no cinema como fonte de metáforas conceituais que geram conotações, parece-nos muito pertinente. No caso das imagens publicitárias pode-se observar a presença de objetos que adquirem um sentido simbólico, alegórico e finalmente metafórico, gerando conotações surpreendentes, aumentando a riqueza de sentido da imagem. Determinados objetos dirigem a interpretação, orientam o sentido global da imagem, e permitem-nos descobrir intenções não tão explícitas do emissor e, muitas vezes, inclusive sintomáticas quando a atividade autoral é, por assim dizê-lo, relativa no processo de significação e o espectador produz inferências e estabelece relações nem sequer imaginadas pelo emissor.

Por outro lado, na imagem cinematográfica há outros elementos nos quais também podemos encontrar metáforas estruturais. Estas metáforas permitem entender um domínio em termos de outro. Os diálogos, os cenários e o fora de campo podem remeter-nos a algumas relações metafóricas. No caso do *trailer*, temos ainda outros elementos. Quase sempre identificar a presença de um narrador ou de informação verbal (escrita) mediante frases que incorporam certos atributos ao filme. Estes elementos devem ser considerados no processo de interpretação. Eles inserem informação externa, extradiagética, que, de outra maneira, não poderíamos aceder.

77. *Op. Cit.*, p. 15.

Por outra parte, o que podemos dizer dos *trailers* nos quais não há narrador nem frases externas incluídas? Seja qual for o tipo de *trailer* em questão, entendemos que se continuarmos falando de textos com forte conteúdo persuasivo, nos quais a linguagem publicitária se funde com o cinematógrafo, trata-se de um material que pode ser submetido a uma análise da imagem e da metáfora visual.

5. Análise

Para introduzir nossa análise devemos remeter-nos às premissas da análise fílmica, a metodologia formulada por Marzal Félici e Gómez Tarín⁷⁸ que nos oferece o suporte teórico necessário para o desenvolvimento de uma leitura pertinente de um fragmento fílmico como é o *trailer* do filme de Akira Kurosawa.

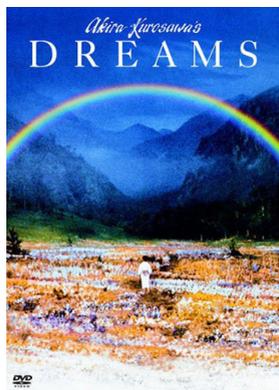
Devido à limitação de páginas deste texto, propomos realizar uma breve análise recorrendo aos critérios de pertinência da análise fílmica, no qual se concebe a possibilidade metodológica de análise de parte de um filme no lugar de fazê-lo em sua totalidade, como explica, Marzal Félici e Gómez Tarín⁷⁹. Como podemos observar, esta possibilidade metodológica permite-nos aceder diretamente aos fragmentos que estruturam a metáfora poética no *trailer*, sem necessidade de abrangê-lo totalmente. Ao aceder a estes fragmentos, onde se visualiza a *performance* da metáfora, estaríamos selecionando os elementos que consideramos momentos altos em significação.

Assim, pois, apresentaremos os planos que estruturam a metáfora poética, tratando de identificá-la visualmente nas imagens-chave, além da palavra escrita que pode coexistir no material visual, da fala quase sempre utilizada por um narrador ou personagem, ou dos silêncios quando indicam referências metafóricas.

78. Marzal Félici, Javier & Gómez Tarín, Francisco Javier (2007): Interpretar un film. Reflexiones en torno a las metodologías de análisis del texto fílmico para la formulación de una propuesta de trabajo, in: [Metodologías de Análisis del Film], Madrid, Edipo, S.A.

79. *Op. Cit.*, p. 46.

Por outra parte, cabe ainda abordar as metodologias para a análise da metáfora. No entanto, ainda que em trabalhos anteriores já tenhamos desenvolvido ferramentas metodológicas que combinam a análise fílmica e a análise da metáfora, nos limitaremos a realizar aqui uma breve descrição e posterior interpretação, identificando os momentos altos em significação no *trailer* que coincidem com a construção de metáforas poéticas.



Ficha técnica do filme*

Título original: *Dreams*

Diretor: Akira Kurosawa

Ano: 1990

País: Estados Unidos e Japão

Gênero: drama-fantástico

Produtora: Warner Bros Picture y Akira Kurosawa Usa

Roteiro: Akira Kurosawa

Fotografia: Takao Saito, Masaharu Ueda y

Música: Shinichirô Ikebe

Duração: 119 min.

Localizações da rodagem: Japão

*N. T. – Este filme foi estreado em Portugal em 1990, com o título “Sonhos”.

Figura 40

6. Decompondo o *trailer*: a descrição

O *trailer* oficial do filme *Dreams* (Akira Kurosawa, 1989, Japão) que analisamos está disponível em inglês. Tem 1:36´ de duração, e foi distribuído pela Warner Bros Picture. Há presença de um narrador que conduz o enredo construindo uma breve argumentação sobre as qualidades do filme. A música extradiegética é *Vozes da Primavera* de Vivaldi e sua presença assume grande protagonismo na narração, pois atua como material sonoro que une os fragmentos de cenas no *trailer*. Seu ritmo musical e a melodia ajudam na transição de um fragmento de imagem a outro, outorgando coerência ao todo, além de sinalizar os momentos altos em significação.

Para ilustrar, vejamos a decomposição dos seguintes fotogramas do *trailer*, onde podemos em um primeiro momento identificar a construção do argumento poético.

7. A metáfora poética em imagens



Plano 1. Fragmento 0:01´

Texto na tela:

«Warner Bros. Pictures
A Time Warner Company»



Plano 2. Fragmento 0:06´

Narrador:

«Por mais de 50 anos, grandes gênios do cinema inspiraram a muitos em todo o mundo. Esse filme tem a participação de George Lucas, Steven Spielberg, Francis Coppola, Brian de Palma, Martin Scorsese, e seu diretor é um dos maiores gênios do cinema mundial. O grande premiado de Veneza e Cannes, é Akira Kurosawa.»



Plano 3. Fragmento 0:38´

Narrador:

«Agora, ele traz em uma visão pessoal...»



Plano 4. Fragmento 0:43´

Narrador:

«... seus sonhos...»



Plano 5. Fragmento 0:45´



Plano 6. Fragmento 0:47´



Plano 7. Fragmento 0:49'

Narrador:
«*Como um menino...*»



Plano 8. Fragmento 0:54'

Narrador:
«*Como um homem...*»



Plano 9. Fragmento 0:58'

Narrador:
«*No inverno...*»



Plano 10. Fragmento 1:02'

Narrador:
«*Na primavera...verão*»



Plano 11. Fragmento 1:06'

Narrador:
«*...e outono.
O passado, ...*»



Plano 12. Fragmento 1:11'

Narrador:
«*O presente...*»



Plano 13. Fragmento 1:16'

Narrador:
«*e o futuro.*»



Plano 14. Fragmento 1:19'

Narrador:
«*Os pensamentos e imagens de um homem
para os homens*»



Plano 14.1. Fragmento 1:23'



Plano 15. Fragmento 1:35'

Narrador:

«Akira Kurosawa's Dreams ...Os sonhos de um homem para todos os sonhadores.»

Figuras 41,42 e 43

8. Reconstruindo o trailer: a interpretação da metáfora poética

No trailer oficial do filme *Sonhos* (*Dreams*, Akira Kurosawa, 1989) podemos observar a presença de um discurso transversal que conecta o discurso da vida e da morte, próprio e característico do imaginário ecologista. Sonho e realidade não se contrapõem, mas se complementam alternando medo e esperança, mitos e verdades.

Seu argumento está inspirado em oito sonhos do próprio diretor em diversas etapas de sua vida. Em cada sonho está implícita uma reflexão ecológica.

Em alguns dos planos que faz referência ao segundo sonho de Kurosawa: *O jardim dos pessegueiros* (planos 3, 4, 5 e 6), a representação do *espírito das árvores cortadas* imprime de forma *poeticamente metafórica* a preocupação com a morte dos seres vivos que fazem parte do ecossistema planetário, mas que também coexistem no mundo particular e infinito do menino Kurosawa.

O uso da *metáfora viva ou poética*, inclusive no contexto de vertigem, próprio do trailer, acarreta uma desejada sincronia entre o discurso fílmico-publicitário do trailer e o discurso do próprio filme. Esta sincronia oferece elementos argumentativos que sustentam o peso da referente *morte e vida* na narração, mediante a presença da *metáfora poética* da vida na imagem dos espíritos das árvores e sua beleza plástica.

A referência à morte é intensa no *trailer de Dreams*, ainda que não chegue a sobrepôr o conjunto de fragmentos que nos remetem à ideia de vida. A presença da morte na *metáfora poética* da fragilidade humana diante da força da natureza aparece em dois momentos no *trailer*. No primeiro, vemos a referência ao sexto sonho de Kurosawa, que mais se trata de um pesadelo. No *Monte Fuji em vermelho* (plano 8), a morte e a violência como referentes fortes aparecem na personificação de desastres naturais que destacam a fragilidade da condição humana. Somos seres frágeis e finitos. Já o segundo pesadelo aparece no sétimo sonho, *O demônio que chora* (plano 13), onde a humanidade se vê diante de seu rosto mais terrível.

O oitavo e último sonho é, sem dúvida, um deleite para os olhos. No *trailer*, a sequência de planos de *O vilarejo dos moinhos de água* oferece um parêntese no tempo, um refúgio isolado do mundo onde a natureza foi milagrosamente preservada. Depois do fragmento de *Monte Fuji em vermelho* que remetia a uma forte relação entre morte – destruição – natureza, nestes fragmentos (planos 9 e 12) podemos apreciar a *metáfora poética* da vida personificada em um cenário de natureza intensa. A força das imagens, suas cores e as associações metafóricas verdadeiramente aproximam este filme a uma poesia plástica e conceitual.

De facto, no *trailer*, uma das *metáforas poéticas* mais destacáveis é a dos moinhos de água que se constroem de forma plástica. Neles temos um exemplo de *metáfora poética visual* que dialoga com a narração mediante elementos do cenário. A água é fonte de vida, portanto, é o elemento que permite a continuidade da vida no planeta.

Há uma grande diversidade de formas simbólicas presente nestas imagens: a forma circular dos moinhos, o movimento corrente do fluxo do rio, o símbolo da ponte que conecta dois pontos sem alterar a ordem da vida naquele ecossistema, a ausência de arquitetura urbana baseada no cimento ou ferro (somente há caminhos e pontes construídos manualmente em madeira). É uma *metáfora visual conceitual* que se ilumina na relação metonímica do objeto da cena (*o moinho*) com a conceção de *continuidade da vida*.

Mediante uma relação metafórica com o próprio macro-relato da vida no planeta, o *moinho* remete-nos à ideia de que tudo se renova. No contexto social da vida humana, a associação com o referente *sexo* se faz relevante, posto que é o que garante a continuidade da espécie de forma natural. A natureza se impõe à morte (plano 12, onde se visualiza a alegre celebração de um funeral com muitas cores, baile e sorrisos) através do *mito da imortalidade*, da herança genética que continua viva em cada geração.

A tradição oriental interpreta a morte não como um acontecimento imensamente triste ou como o fim, mas sim como um ciclo – metaforizado na própria forma circular do moinho - em que cada indivíduo cumpre uma função para formar parte de algo muito maior que seu próprio corpo físico. O sujeito volta à natureza em uma *metáfora poética* que pode ser vista na mesma forma simbólica e metonímica do *moinho de água*. O ciclo que se inicia nunca se fecha porque o rio continua correndo, do mesmo modo que a vida nunca se acaba, porque o fluxo que a move continua vivo na extensão da identidade que é passada às gerações seguintes. Assim, a metáfora adquire o papel de símbolo.

É nesse sentido que a noção de um presente eterno neste discurso, essencialmente ecologista, não pretende tanto levar-nos a uma experiência intensa das emoções ou da fugacidade do tempo das coisas, mas sim a uma intensidade da experiência humanística que o tempo imprime sobre as coisas. Isso quer dizer que a relação entre tempo presente, passado e futuro se confunde no imaginário ecologista, levando a uma transcendência da própria concepção de *tempo* e de *identidade humana*. A escolha dos fragmentos feita para o *trailer* conduz-nos a esta reflexão. As cenas selecionadas pelo montador estão ordenadas não de forma cronológica similar ao do filme, mas nos dão a sensação de que passado, presente e futuro, além de inverno, verão, primavera e outono se mesclam metaforicamente nos sonhos de Kurosawa, do mesmo modo que nos sonhos de todos os seres humanos.

A concepção de *tempo* é uma das metáforas mais belas tanto do *trailer* como do filme. O tempo que corre como as águas de um rio, que passa suavemente pelos moinhos; o tempo da vida humana, tão longo e tão curto, que passa em poucos segundos nas imagens de um funeral; o tempo de todas as coisas, como aquele de uma árvore demorando-se a crescer. Todos eles, metáforas de um tempo não cronológico como o relógio, nem instantâneo como os fluxos tecnológicos e financeiros. Metáforas de um tempo glacial⁸⁰, o tempo do sonho e da natureza.

Diante deste filme com uma notável temática meio-ambiental, entendemos que o recurso à criação de imagens do futuro é um eixo narrativo que também pode ser observado no *trailer*, e que fortalece a criação de metáforas poéticas. Kurosawa cria uma forma metaforizada de seus sonhos com algumas imagens de um possível futuro, especialmente nos seus pesadelos como antítese de uma conduta ecológica ética, e no oitavo sonho como referência a um imaginário ecologista otimista.

Por outra parte, a narração neste *trailer* se construiu com base em estruturas metafóricas onde a poética (a linguagem figurada) foi um roteiro. Em linhas gerais, a metáfora poética do Kurosawa menino e adulto também nos leva a interpretar, além da noção de tempo em que todos estes sonhos coexistiram em diversas etapas de sua vida, a relação entre inocência e curiosidade de um menino (planos 4, 7, 11, 14 e 14.1) diante dos medos, fragilidades e descobertas de um adulto (planos 8, 9 e 13).

Sem dúvida, este *trailer* fortalece a mensagem de que Kurosawa demonstra toda sua capacidade poética no filme. Seus sonhos são metáforas de desejos desconhecidos para muitos, domínios inabitados que se fazem claros, compreensíveis e coletivos quando expressados e partilhados de forma poeticamente metafórica.

80. *Tempo glacial*: termo criado por Manuel Castells e inspirado pela concepção filosófica original de Lash y Urry. Sua formulação se origina da observação de que a relação entre seres humanos e natureza se dá a longo prazo. Castells (2003: 214) propõe a ideia de que o movimento ecologista se caracteriza exatamente pela tentativa de introduzir a concepção de tempo glacial na nossa temporalidade. Para este autor, esta noção de tempo implica em medir nossas vidas pelas vidas de nossos filhos, e nossos netos e bisnetos. Isso quer dizer que se trata de uma temporalidade da qual não estamos acostumados a dimensionar, pois implica em uma concepção que acompanha as idades da vida na Terra.

9. Considerações Finais

Depois desta análise realizada é possível verificar que a construção de metáforas poéticas no *trailer* nos aproxima mais intimamente ao tema do filme, antecipando determinados aspetos que nos ajudam a interpretá-lo posteriormente. Esse recurso otimiza o processo interpretativo, já que nos permite aceder a estruturas metafóricas que nos levam a saltar possíveis explicações que poderiam alongar a narração. Diante do curto período de tempo reservado para a mensagem de um *trailer*, não há espaço para explicações densas. Quanto mais otimizado e claro, melhor. O mercado publicitário é altamente competitivo, portanto, é necessário seduzir o potencial espectador em poucos segundos.

Por esta razão, as estruturas metafóricas oferecem a possibilidade de fazer compreensível determinada ideia ou facto da narração mediante domínios que já conhecemos. São estes que nos levam a estabelecer relações que antecipam nossa interpretação sobre o facto ainda desconhecido da narração.

Assim, pois, podemos reconhecer o potencial da metáfora e da poesia para o processo interpretativo. De facto, no *trailer* de *Dreams*, a presença de determinadas metáforas nos antecipou certas reflexões que nos ajudaram a construir uma determinada ideia ou conceito sobre o filme. Estas metáforas potencializaram a mensagem e estabeleceram o tema do filme.

Bibliografia

- Aguilar Moreno, José María (2007): *El cine y la metáfora*, Sevilla, Renacimiento.
- Barthes, Roland (2003): *La cámara lúcida: Nota sobre la fotografía*, Barcelona, Ediciones Paidós.
- Bauman, Zigmunt (2007): *Arte, ¿líquido?* Barcelona, Sequitur.
- Dornaletxe, Jon (2009): *Pensamiento narrativo y retórica en los trailers cinematográficos*. Tesis doctoral.
- Elias, Herlander (2006): *A sociedade otimizada pelos media – The Media Optimized Society*, Lisboa, MediaXXI /Formalpress, Lda.

- Ferrés, Joan (2000): *La metáfora del naufragio – La crisis cultural como pérdida de valores y La metáfora de la paloma – Conciliación entre emotividad y racionalidad* in [Educar en una cultura del espectáculo]. Barcelona: Paidós. Pg. 67-88, 127-149.
- Hausman, Carl (1989): *Metaphor and Art: interactionism and reference in the verbal and nonverbal arts*, Cambridge University Press.
- Herrero, Rosario (2006): *La metáfora: revisión histórica y descripción lingüística*, Frankfurt, Peter Lang.
- Richards, Ivor Armstrong & C. K. Odgen (1923): *The Meaning of Meaning: A study of the influence of language upon thought and of the Science of Symbolism*, Londres, Kegan Paul.
- Lakoff, George & Johnson, Mark (1995): *Metáforas de la vida cotidiana*, 3ª ed., Madrid, Cátedra, versión original *Metaphors we live by* (1980), Chicago, The University of Chicago Press.
- Lipovetsky, Gilles & Serroy, Jean (2009): *La pantalla global: cultura mediática y cine en la era hipermoderna*, Barcelona, Editorial Anagrama.
- Lizcano, Emmánuel (2003): *Imaginario colectivo y análisis metafórico*. Transcripción de la Conferencia inaugural del Primer Congreso Internacional de Estudios sobre Imaginario y Horizontes Culturales, celebrado en la Universidad Autónoma del Estado de Morelos, Cuernavaca, México, durante los días 6 al 9 de mayo de 2003. Disponible en: http://www.unavarra.es/puresoc/pdfs/c_salaconfe/SC-Lizcano-2.pdf
- Marzal Félici, Javier & Gómez Tarín, Francisco Javier (2007): *Interpretar un film. Reflexiones en torno a las metodologías de análisis del texto fílmico para la formulación de una propuesta de trabajo*, in [Metodologías de Análisis del Film], Madrid, Edipo, S.A.
- Ricoeur, Paul (1980): *La metáfora viva*, Madrid, Cristiandad.
- Rouquette, M. L. (1977): *La creatividad*, Buenos Aires, Huemul.

Filmografía

Dreams (Akira Kurosawa (1989, Japón).

DVD - The Andrew J. Kuehn Jr. Foundation (2005): *Coming Attractions: The History of Movie Trailers* [Productor ejecutivo: Will Gorges, producido por Stephen J. Netburn, productores asociados: Frederick L. Greene y Donald J. Scotti, escrito por Frederick L. Greene, material adicional escrito por Scott McIsaac, Investigación: Frederick L. Greene, Kevin Sullivan, Scott McIsaac, supervisión de edición: Michael J Shapiro, editado por Dirk Meenen, supervisor creativo Michael J. Shapiro, presentador: Robert Osborne, dirección: Jeff Werner y asesores especialistas: Vinzenz Hediger y Lisa Kerner.] The Andrew J. Kuehn Jr., Foundation 441 N. Locust Street Laguna Beach, CA, USA.

“TIMBER!”⁸¹. O AVERAGE SHOT LENGTH COMO NOVA FERRAMENTA DE ANÁLISE FÍLMICA

Adrián Tomás Samit

“Prometo: se ficarem comigo e trabalharem duro, esqueceremos o dinheiro. O salário tira ao homem a sua liberdade. Não se esqueçam que nada há como a liberdade. Sejam livres, meus amigos. Um por todos, todos por mim; eu por vós, e três por cinco, e seis por vinte” proclamava Groucho Marx aos seus botões, que reclamavam um salário no hotel de *Los Cuatro Cocos* (*The Cocoanuts*, Joseph Santley e Robert Florey, 1929^{82*}). O dom da palavra e a tergiversação ficam mais que patentes; as interpretações, tantas como pessoas há no mundo, sobre um objeto de estudo, seja qual seja: um livro, uma pintura, um filme ou as cortinas do banheiro com desenhos de espigas de milho, podem justificar-se de tal maneira que podem parecer lógicas, coerentes, inclusivamente verdadeiras. Mas nunca se deve esquecer que “o analista nunca deverá fazer com que o texto diga o que não disse. Inclusivamente, o analista jamais deve impedir que o texto diga o que disse não o dizendo”⁸³. Portanto, toda a análise fílmica apresenta uma forte marca subjetiva que dependerá da visão, do conhecimento e da ética do analista. A partir daqueles estudos que focalizam a sua atenção em temáticas concretas como o género, o uso da violência, a incitação ao consumo, etc., enqua-

81. Clamava Groucho Marx em *Os Marx no faroeste* (*Go West*, Edward Buzzell, 1940)

82. N. T. – Este filme foi estreado em Portugal com o título “Os 4 Cocos”.

83. GÓMEZ-TARÍN, Francisco Javier, *El análisis de textos audiovisuales. Significación y Sentido*, Santander: Shangrila Ediciones, 2010, p. 27 (fazendo eco das palavras de Santos Zunzunegui).

drados numa perspetiva sociológica (para citar um exemplo) que obviam, maioritariamente, as estratégias narrativas e formais do objeto analisado, até aos praticantes da análise textual como ferramenta que atende a uma interpretação objetiva da construção do objeto, para logo depois elaborarem interpretações subjetivas, mas não irreais.

Complementarmente, nessa citação de Marx (Groucho), deparamo-nos com os números - o “*um por todos*”, que se converte em “*seis por vinte*,” ao longo de uma frase que perde toda a coerência lógica do discurso e chega ao caos e à sátira. Sabe-se que os números não mentem, que as matemáticas são a mais pura fonte de fiabilidade, pois, se realizarmos bem as operações e o resultado for correto, o mesmo é válido. Mas, sempre existe uma margem de erro. Além disso, e além do processo matemático, existe a manipulação dos resultados perante o recetor que desconhece os dados e o processo de análise. Voltamos à subjetividade da análise por parte do analista. Por último, e no que se refere à liberdade e ao salário, o analista não recebe o suficiente com o qual possa desenvolver toda a sua pesquisa, algo que supre com o trabalho duro, a vontade e recorrendo àquelas ferramentas que lhe possam disponibilizar um bom método de trabalho de acordo com a sua disposição económica. Graças à Internet, muitos destes instrumentos se tornaram mais acessíveis e o analista dos dias de hoje possui maior liberdade para trabalhar, embora sempre subordinado a outras questões que o acabam levando ao “*um por todos, todos por mim; eu por vós, e três por cinco, e seis por vinte*”. Com estas premissas, pretendemos introduzir um método de investigação inovador, sobre o qual já elaborámos algumas aproximações introdutórias, e no qual vamos descobrindo as diferentes contribuições que a análise fílmica pode aproveitar. Referimo-nos a:

“um estudo de enfoque estatístico, suportado pelas ferramentas digitais e informáticas de última geração, e mais concretamente da *Average Shot Length* – que, daqui em diante, será referida pelo acrónimo de ASL – ou ‘duração média do plano’, parece um critério objetivo – e, por fim, literalmente *irrefutável* –; certamente tão reducionista como sugestivo no momento de chegar a conclusões não definitivas, mas, sem dúvida,

dignas de interesse: porque, diante da subjetividade da análise e, num nível geral, macroscópico, do filme, se fundem o normativo, o *standard*, e o desvio, o excepcional”⁸⁴.

O que é, então, a ASL? Para que serve? Em uma das *webs* que trabalham com este sistema da *cinemétrica*, vários teóricos como David Bordwell, Charles O’Brien, Yuri Tsivian ou Barry Salt publicaram diversos artigos que aprofundaram com maior critério esta questão⁸⁵. Na França, Alain Bergala e Jean-Louis Comolli também iniciaram este novo campo de análise⁸⁶. Por questões de espaço, detalharemos e centrar-nos-emos no que Barry Salt afirmou: “*This is the length of the film in seconds divided by the number of shots in it*”⁸⁷. Esta seria a denominada ‘análise simples’; ou seja, a que unicamente avalia o número de planos e a sua duração média em relação ao filme. No que se refere à ‘análise completa’, é aquela onde se averigua o número de planos nas diferentes escalas, desde o plano geral (*Long Shot*) até ao muito grande plano (*Big Close Up*), o número de planos com movimentos de câmara (além de contarem com diferentes escalas), a quantidade de planos em função dos diferentes pontos de vista que se dão no filme (questão que entronca diretamente com a narração e o nível de participação dos diversos narradores durante a metragem), etc. e demais variações que se referem a aspetos que podem ser quantificados para obter dados reais, empíricos. Tudo isto quer dizer que nos encontramos perante um terreno fértil para explorar as múltiplas facetas que se podem apresentar num produto audiovisual, pois estas análises métricas podem aplicar-se a qualquer suporte:

84. RUBIO ALCOVER, Agustín y TOMÁS SAMIT, Adrián, “Saldando cuentas con la historia del montaje (I). Tanteos e hipótesis preliminares en la práctica de la ASL” em *Actas del IV Congreso Internacional sobre Análisis Fílmico. Nuevas Tendencias e Hibridaciones de los Discursos Audiovisuales en la Cultura Digital contemporánea*, Bort Gual, Iván; García Catalán, Shaïla y Martín Núñez, Marta (Edts.), Castellón: Ediciones de las Ciencias Sociales, Publicación em CD-ROM, 2011.

85. CINEMATRICS. Disponível em: <http://www.cinematics.lv>. (Os dados foram comprovados a 9 de Dezembro de 2012).

86. Na seguinte ligação *Web*, correspondente ao estudo de *Ligne de temps*, os teóricos franceses expõem, em diversos filmes, o Projeto, a metodologia e esta *nouvelle perspective critique*: http://web.iri.centrepompidou.fr/pop_site.html

87. Esta é a duração do filme em segundos dividida pelo número de planos que contém. Em: <http://www.cinematics.lv/salt.php>

longas-metragens, curtas-metragens, *spots* televisivos, séries, *videoclips*... a partir de uma posição objetiva e mensurável. Surge, contudo, um problema perante esta metodologia de análise tão recente:

“Uma técnica tão elementar, tão matemática, como a do cálculo de planos, encontra-se tão dispersa que ainda não existem critérios consensuais a seu respeito e, frequentemente, para um mesmo título, como qualquer um que se dê ao trabalho de verificar a já referida página *web* [<http://www.cinemetrics.lv/database.php>], constatará que existem várias análises com diferenças mais que substanciais”⁸⁸

Isto se deve ao sistema de contabilidade que se criou para o efeito e que ainda padece da desconfiança perante a novidade e as suas possibilidades. São duas as ferramentas mais utilizadas até ao momento, desenvolvidas pelas duas vertentes que anteriormente já apontávamos. A partir dos Estados Unidos foi criada a CineMetrics, cujo sistema é “manual”⁸⁹. Sem nos determos em pormenores sobre o seu funcionamento, diremos que o utilizador manuseia um painel como o da figura nº 44. Enquanto visualiza, o filme, deverá clicar em cada corte para que surja na tela e assim obter os diferentes dígitos que vão sendo mostrados na parte superior do painel. No modo avançado (figura nº 45), ao mesmo tempo que visualiza o filme e marca a mudança de plano, também se encontra disponível a opção de classificação da escala, pelo que o resultado final será mais completo de modo automático (em oposição ao de uma análise simples, na qual, após a marcação dos cortes, vão sendo anotadas manualmente as escalas) (figuras nº 46 e 47).

88. RUBIO ALCOVER, Agustín y TOMÁS SAMIT, Adrián, *op. cit.*, p. 896.

89. Está-se a trabalhar, e até já se testou uma versão beta para o utilizador, num sistema automático.

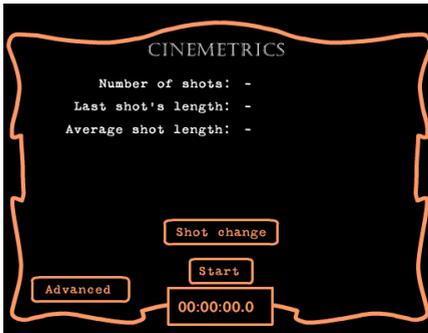


Figura 44

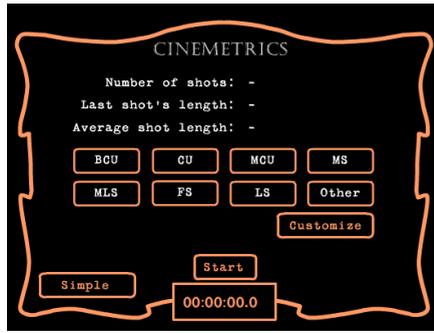


Figura 45

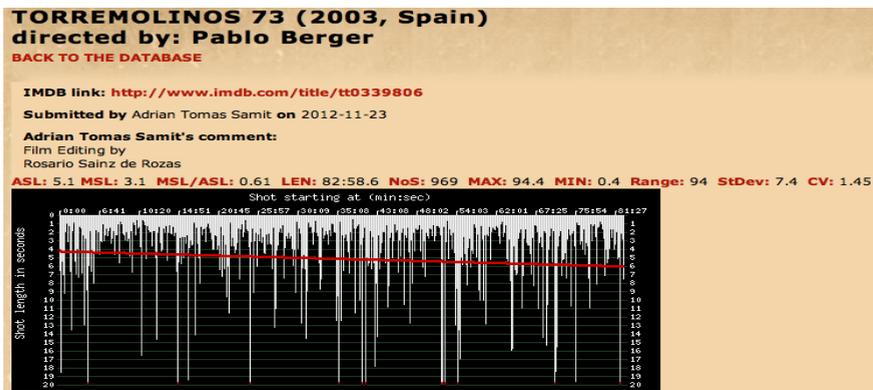


Figura 46

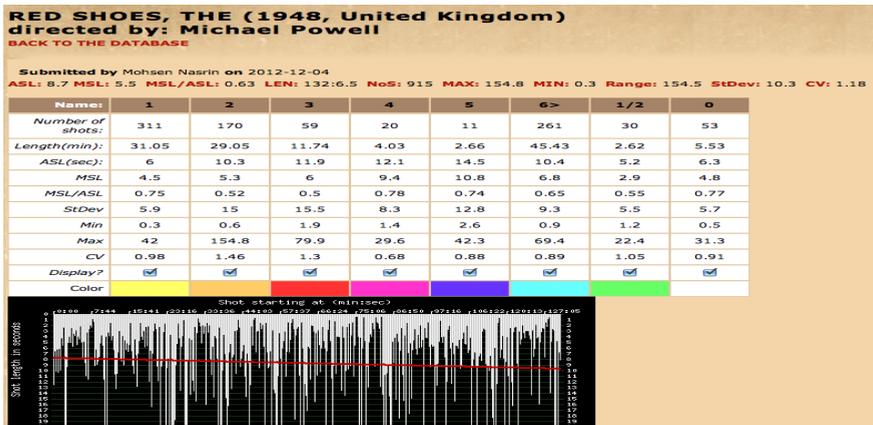


Figura 47

Este sistema não produz resultados exatos, como é evidente, e dependerá da habilidade do analista aquando da descoberta dos cortes, além de que sempre existirá uma ligeira alteração do tempo, pois o *clic* se realizará décimas após se ter sido produzido o corte no filme. Todavia, para lá destes desajustes (que no aperfeiçoamento se tentarão solucionar), os resultados são suficientemente tendenciais para elaborar conclusões (que sempre teremos que sinalizar como sendo aproximativas).

Em França foi desenvolvido o programa *Ligne Du Temps* que, de maneira automática, extrai o número de planos constituintes do filme. Porém, o analista deverá realizar os cálculos necessários para a ASL. E a possibilidade de elaborar uma análise completa não existe. A vantagem reside, como vemos na figura nº 48, na possibilidade de se visualizar o filme com a *timelime* e um painel onde se podem realizar anotações, o que facilita a tarefa. Não obstante, isto não impede um trabalho entediante, plano a plano, para conseguir elaborar tabelas estatísticas. Além de que não é possível evitar que o programa possa apresentar alguma falha e, assim, proceder a uma incorreta contabilização.

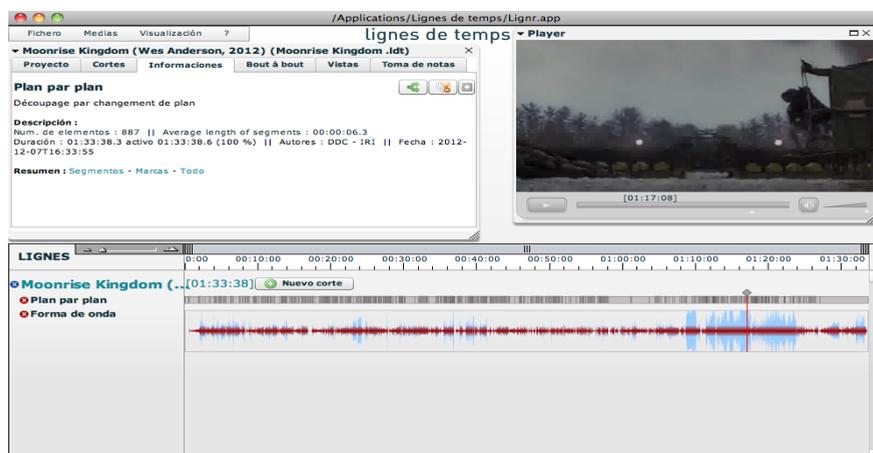


Figura 48

Por outro lado, é evidente que sempre existe a possibilidade de realizar todo o processo de modo manual e detalhado, sem necessidade destas ferramentas informatizadas (que tão pouco conseguem um resultado fiel em certos problemas como os relativos aos do ecrã dividido em planos, às sobreposições e outras técnicas de montagem que escapam a um sistema informatizado tão desinteressante), pois o que aqui nos prende são os resultados que se obtêm da análise baseada na *cinemétrica*. Prossigamos com a teorização que Warren Buckland realizou a respeito deste estilo de análise de recorte estatístico (*Statistical Style Analysis*)⁹⁰:

“A vantagem da análise estatística sobre a da encenação/ponto de vista crítico é que aquela oferece um modo mais independente, sistemático e explícito de análise. [...]

Existem três objetivos *standard* neste método de análise: (1) para proporcionar uma análise quantitativa de estilo, geralmente com o propósito de reconhecer padrões [...] (2) para efeitos de atribuição de autoria, nos casos de paternidade disputada de textos anónimos ou pseudónimos e, (3), para fins de determinação de cronologia de obras, quando a sequência de composição é desconhecida ou se encontra em litígio (por exemplo, Platão, as obras de Shakespeare).

No primeiro objetivo, a análise quantitativa de estilo inclui estatísticas descritivas e, nos segundo e terceiro (atribuição e cronologia), tanto são descritivas como inferenciais. Como o seu nome implica, a estatística descritiva descreve simplesmente um texto tal como ele é, mediante a medição e a quantificação, em termos de suas características numéricas. O resultado é uma análise detalhada, uma descrição interna, molecular, de um texto (ou de um grupo de textos). Consequentemente, a estatística inferencial emprega esta descrição formal para extrapolações; isto é, explora estes dados como um índice, principalmente relativo ao estilo de um autor, ou para colocar a sua obra em ordem cronológica com base

90. A tradução é nossa. Para consultar o texto original e completo, cf: <http://www.cinemetrics.lv/salt.php>

em mudanças no estilo do seu trabalho ao longo tempo⁹¹. Considerando que as estatísticas descritivas produzem dados seguros, a estatística inferencial baseia-se em extrapolações a partir de dados descritivos. São, portanto, medidas em graus de probabilidade mais que de certeza⁹².

A maior utilidade teórica que esta metodologia propicia é a da comparação e/ou da colocação em comum. Os resultados extraídos da análise de um único objeto de estudo podem ser interessantes, reveladores de aspetos que, “à primeira vista”, poderiam passar despercebidos, mas vêm demonstrar serem chave para o filme. Todavia, sempre será mais sugestivo colocar em comum várias análises, sejam da filmografia de um cineasta, de um período histórico, de um movimento, de um género; enfim, as possibilidades só têm por limite o interesse ou a predisposição do pesquisador. Barry Salt já colocou em prática esta metodologia em seus estudos pioneiros por volta de 1974, no seu ensaio intitulado *Statistical Style Analysis*, que, consequentemente, seria parte de seu livro *Film Style and Technology* (1992), e no qual podemos encontrar a evolução cronológica das peças mais importantes do cinema europeu e norte-americano entre o ano de *Intolerância* (*Intolerance*, D.W. Griffith, 1916) e 1969, com o filme de Sydney Pollack *They Shoot Horses, Don't They?*^{93*} (figura nº 49), numa análise que procura algo mais ao mostrar estatísticas para chegar a conclusões sobre a ASL.

91. Um bom exemplo desta evolução cronológica de um autor pode ser encontrado na nossa investigação prévia sobre a ASL em Clin Eastwood, Brian de Palma e Woody Allen: RUBIO ALCOVER, Agustín y TOMÁS SAMIT, Adrián, “Three Neoclassicisms”, *Revista Icono 14*, Vol 11, Nº 1, Madrid: 2013.

92. A tradução é nossa. ELSAESSER, Thomas y BUCKLAND, Warren, *Studying Contemporary American Film: A Guide to Movie Analysis*, Arnold: Great Briatin, 2002, pp. 101-116.

93. N. T. – Este filme foi estreado em Portugal com o título “Os cavalos também se abatem”.

Films (in Chronological Order)	Average Shot Length
INTOLERANCE (Griffith, 1916, 168 min.)	.7 sec.
°THOMAS GRAAL'S BEST FILM (Stiller, 1917, 62 min.)	.9 sec.
°THE HIRED MAN (Scherzinger, 1918, 65 min.)	.5.5 sec.
°EROTIKON (Stiller, 1921, 100 min.)	.6.5 sec.
°NAPOLEON (Gance, 1925, 145 min. at 21 f.p.s.)	.5 sec.
BATTLESHIP POTEMKIN (Eisenstein, 1925, 54 min. at 16 f.p.s.)	.4 sec.
°HALLELUJAH (Vidor, 1929, 105 min.)	.9 sec.
°THE PUBLIC ENEMY (Wellman, 1931, 85 min.)	.9 sec.
KAMERADSCHAFT (Pabst, 1931, 85 min.)	13 sec.
LE MILLION (Clair, 1931, 80 min.)	.13 sec.
A NOUS LA LIBERTE (Clair, 1931, 97 min.)	.9.5 sec.
°LA CHIENNE (Renoir, 1931, 94 min.)	.19 sec.
°BOUDU SAUVE DES EAUX (Renoir, 1932, 83 min.)	.15 sec.
°TONI (Renoir, 1934, 90 min.)	.19 sec.
THE OLD-FASHIONED WAY (Beaudine, 1934)	.8.5 sec.
LE CRIME DE M. LANGE (Renoir, 1935, 80 min.)	.21 sec.
LIVES OF A BENGAL LANCER (Hathaway, 1935)	.5.5 sec.
°SYLVIA SCARLETT (Cukor, 1935, 95 min.)	10 sec.
°PARTIE DE CAMPAGNE (Renoir, 1936, 45 min.)	.14 sec.
SAN FRANCISCO (Van Dyke, 1936)	.9 sec.
HOTEL DU NORD (Carné, 1938)	.17 sec.
IN OLD CHICAGO (King, 1938)	.9 sec.
°HIS GIRL FRIDAY (Hawks, 1940, 92 min.)	13 sec.
THE GRAPES OF WRATH (Ford, 1940, 129 min.)	.10 sec.
CITIZEN KANE (Welles, 1941, 119 min.)	.12 sec.
DIVE BOMBER (Curtiz, 1941)	.7 sec.
PASSAGE TO MARSEILLES (Curtiz, 1944)	.6.5 sec.
WILSON (King, 1944)	.12 sec.
LEAVE HER TO HEAVEN (Stahl, 1945)	.8 sec.
HANGOVER SQUARE (Brahm, 1945)	.10 sec.
THE SPANISH MAIN (Borzage, 1945, 99 min.)	.9.5 sec.
NIGHT AND DAY (Curtiz, 1946)	.9 sec.
°THE BIG SLEEP (Hawks, 1946, 114 min.)	.12 sec.
THE YEARLING (Brown, 1946, 130 min.)	.9.5 sec.
IVAN THE TERRIBLE (Eisenstein, 1946, 99 min. and 90 min.)	.7.5 sec. (each part)
NIGHTMARE ALLEY (Goulding, 1947)	.12 sec.
FOREVER AMBER (Preminger, 1947)	.18 sec.
OH, YOU BEAUTIFUL DOLL (Stahl, 1949)	19 sec.
RASHOMON (Kurosawa, 1950, 88 min.)	.13 sec.
DETECTIVE STORY (Wyler, 1951)	.15 sec.
CAPTAIN HORATIO HORNBLOWER (Walsh, 1951)	.8.5 sec.
PICKUP ON SOUTH STREET (Fuller, 1953)	.11 sec.
YOUNG BESS (Sidney, 1953)	.12 sec.
SEVEN SAMURAI (Kurosawa, 1954, 160 min.)	.8 sec.
WRITTEN ON THE WIND (Sirk, 1957, 92 min.)	.11 sec.
WILD STRAWBERRIES (Bergman, 1958, 90 min.)	.9.5 sec.
FROM HELL TO TEXAS (Hathaway, 1958) (Scope)	.6.5 sec.
LES QUATRE CENT COUPS (Truffaut, 1959, 93 min.) (Scope)	.14 sec.
ONE, TWO, THREE (Wilder, 1960) (Scope)	.14 sec.
UN HOMME ET UNE FEMME (Lelouch, 1966, 147 min.)	.12 sec.
OEPIDUS REX (Pasolini, 1967, 110 min.)	.7 sec.
IF (Anderson, 1968, 111 min.)	.9.5 sec.
THEY SHOOT HORSES, DON'T THEY? (Pollack, 1969, 129 min.)	.12.5 sec.

° Analyzed in this study.

Figura 49

Das várias conclusões, que Salt elabora, destacamos o seguinte:

“Nesta fase [de primeira aproximação analítica] parece possível que uma suficiente caracterização do estilo formal dos filmes de um realizador possa ser obtida a partir da sua ASL, para lá das duas atribuições no número de planos de acordo com os tipos (por enquadramento da câmara [ou escala] e pelo movimento) [...]”

Frequentemente, o número de filmes até agora analisados devem ser tratados antes de tirar conclusões, às quais possamos chegar mediante a análise estatística. Apesar disso, os resultados até ao momento baseiam-se em factos mais objetivos [...]. Os métodos utilizados também podem ser aplicados às secções de um filme quando alguém está considerando

as suas interações, e as relações de forma e de conteúdo⁹⁴. E podem decidir questões de atribuição, como quem dirigiu realmente *The Mortal Storm*, Frank Borzage, 1940^{95*}]. Borzage ou Saville?⁹⁶

Como vemos, décadas depois, Buckland prossegue com a mesma linha a partir desses três objetivos que destacava. Precisamente, para continuar com as nossas aproximações a esta nova teoria e metodologia de análise vamos referir um exemplo que servirá para confrontar tudo o que foi teorizado até ao momento: a autoria, a cronologia da obra (dentro da filmografia de seu autor e o cinema de sua época, inclusive a sua integração numa “corrente cinematográfica”) e o reconhecimento de padrões (rítmicos, de estilo, tipologia de planos, movimentos de câmara, etc.). Para isso, incidimos num cineasta inequivocamente autoral, cujas marcas de estilo estão mais que reconhecidas, do mesmo modo que as suas filiações: Wes Anderson. “Esta é a aventura” sentencia Steve Zissou (Bill Murray) em *Life Aquatic*^{97*} (*The Life Aquatic with Steve Zissou*, Wes Anderson, 2004). E como objeto principal de estudo, as suas três curtas-metragens: *Bottle Rocket* (1994), seu primeiro trabalho; *Hotel Chevalier* (2007), estrategicamente realizado na metade de sua filmografia (até ao momento) e *Cousin Ben Troop Screening* (2012), um divertido auto-referencial do seu *Moonrise Kingdom* (2012) elaborado para a estreia comercial do filme nos Estados Unidos.

Em primeiro lugar, vejamos como se inserem estes três trabalhos na filmografia do seu autor. Tomando como referência as tabelas e os gráficos seguintes⁹⁸ (figuras nº 50, 51 e 52), destacando a sombreado as curta-metragens e as longa-metragens, podemos constatar à primeira vista a discrepância entre os formatos. As curta-metragens supõem os picos

94. Como fizera mais tarde Yuri Tsivian com *Intolerância*, analisando a ASL das diversas histórias em separado e o seu conjunto no filme. Disponível em consulta em: <http://www.cinemetrics.lv/tsivian.php>

95. N. T. – Este filme foi estreado em Portugal com o título “Tempestade Mortal”.

96. Tradução própria. SALT, Barry, “Statistical Style Analysis of Motion Pictures”, em: *Film Quarterly*, Vol. 28, nº1, University of California, 1974, pp. 21-22.

97. N. T. – Este filme foi estreado em Portugal com o título “A vida Marinha”.

98. As tabelas e gráficos são de elaboração própria. Os dados podem consultar-se na Database de Cinematics. Tal como já se advertiu, são aproximados (exceto no caso das curtas-metragens que se realizaram de modo detalhado e são exatos). Em todas as ASL, somou-se o 4% relativo à passagem de PAL a 24f/p.

mais visíveis, tanto abaixo (*Bottle Rocket*: 4,8), como acima (*Hotel Chevalier*: 18,5 e *Cousin Ben Troop Screening*:16,9) da média, numa filmografia em que esta é de 9,1 ou 7,2 se contamos unicamente as longa-metragens. É uma ASL que poderíamos considerar lenta dentro dos padrões norte-americanos estabelecidos (e que parece marcar o ritmo televisivo de uma produção de consumo), em torno de 4 – 4,5⁹⁹. Assim, se a proposta é mais “autoral” ou apresenta uma maior tendência europeia, como é o caso de Wes Anderson ou Woody Allen, a ASL encaixa neste campo, superando a duração média dos seis segundos por plano, mas sem chegar a cotas mais altas de/entre os dez, disposição europeia que é possível apreciar nos dados de Barry Salt e que continua hoje em dia em cineastas contemporâneos como Lanthimos, Hansen-Løve ou Almodovar, do mesmo modo que seus companheiros *indies*, Sofia Coppola e Noah Baumbach, cuja média está nos 8 e 6,7, respectivamente. Pelo que o ritmo de montagem de Anderson não é algo especial, nem o define como autor, mas coloca-o nesse território no qual se encontra como realizador independente, herdeiro de um *nouvellevaguismo* de espírito, muito formalista e cuidado. É marcante ver a disparidade entre planos longos e curtos, que se deve ao momento concreto em que se produziram, às intenções que estiveram subjacentes e à possibilidade de constituírem uma pequena via de escape para fazer algo diferente (embora similar, pois o seu universo é tão próprio e singular que tudo está impregnado da mesma aura). Incidamos em cada um deles.

99. Os dados podem confrontar-se em *Cinematics* através da pesquisa de filmes e séries norte-americanas atuais.

Ano	Título	Título original	Nº Planos	ASL	Duração	Montador
1994	Bottle Rocket	Bottle Rocket				Aberg, Tom; Cargile, Laura; Ferrari, Denise
			156	4,8	12:06.0	
1996	Ladrón que roba a ladrón	Bottle Rocket	813	6,6	87:02.1	Moritz, David
1998	Acadamedia Rushmore	Rushmore	806	6,9	88:18.2	Moritz, David
2001	Los Tenenbaums. Una familia de genios	The Royal Tenenbaums	869	7,4	103:23.9	Tichenor, Dylan
2004	Life Aquatic	The Life Aquatic with Steve Zissou	929	7,7	114:37.6	Moritz, David
2007	Hotel Chevalier	Hotel Chevalier	39	18,5	11:32.7	Marchand, Vincent
2007	Viaje a Darjeeling	The Darjeeling Limited	533	9,6	82:30.0	Weisblum, Andrew
2009	Fantástico Sr. Fox	Fantastic Mr.Fox	789	6,3	79:44.3	Weisblum, Andre; Perkins, Stephen; Foster, Ralph
2012	Moonrise Kingdom	Moonrise Kingdom	851	6,3	86:20.1	Weisblum, Andrew
2012	Cousin Ben Troop Screening	Cousin Ben Troop Screening	6	16,9	01:41.5	

Figura 50

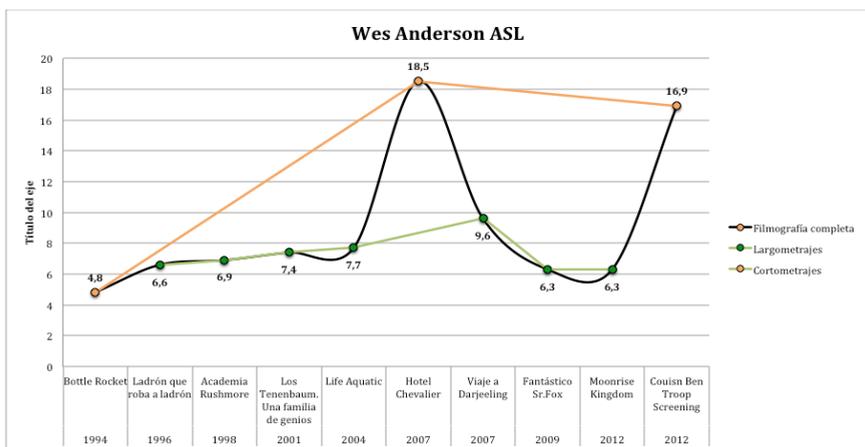


Figura 51

Curtas-metragens	<i>Bottle Rocket</i>	<i>Hotel Chevalier</i>	<i>Cousin Ben Troop Screening</i>
ESCALA			
PD	27	1	1
PP	34	1	-
PMC	26	3	1
PM	16	4	1
PML	11	3	1
PA	9	1	1
PGC	26	21	1
PGM	6	4	-
PG	1	1	-
TOTAL PLANOS	156	39	6
ASL	4,8	18,5	16,9
MOVIMENTOS DE CÂMARA			
Panorâmica	8	2	-
Travelling	13	6	-

Figura 52

Bottle Rocket

“Pointless act! You don’t give a 500 dollar tip to the housekeeper! That’s inappropriate! That’s inexcusable! That, I don’t forgive! What were you thinking? What were you thinking?” (*Bottle Rocket*, Wes Anderson, 1996)

No que se refere a *Bottle Rocket*, seu filme mais rápido, confuso, a preto e branco (quando realiza um esplêndido uso da cor no resto de seus trabalhos), a música de jazz, distanciada do som pop, é um dos guias para marcar o ritmo de seus filmes; esta sim, com uma clara evocação formal, mais que “espiritual/idealista” da *Nouvelle Vague*. A curta-metragem, mais que na forma, encaixa dentro da filmografia de Anderson como apresentação do que serão seus personagens, suas formas de atuar, suas diversas deduções, preocupações. É evidente como muitas decisões de fragmentação das cenas são quase *amateur* e se passa de planos médios a primeiros planos ou de detalhe para mostrar bem as ações do personagem e para criar uma narração de leitura fácil; do mesmo modo, o uso do campo/contra-campo. Esta maneira de utilizar o plano de detalhe de objetos, que aqui pode provocar rejeição no espectador por sua forma de uso e pela essência de reciclagem que denota, vai converter-se num estilema de Anderson.

É preciso considerar que se trata de uma primeira obra, que dá sinais ou mostra padrões de ação que irão sendo aperfeiçoados (ou tornando-se cada vez mais sofisticados). Assim, com maior consciência de produção e um sentido formal mais apurado, Anderson continuará utilizando com assiduidade o Plano Detalhe (PD) ou Grande Plano (GP), tal como podemos ver e comparar nas respetivas imagens de *Bottle Rocket* e *Cousin Ben...*



Figura 53

Embora, tal como se pode constatar no segundo enquadramento, o uso desta escala nas suas curta-metragens se reduza consideravelmente e se passe de 27 PD e 34 GP, na sua primeira curta-metragem, a 1 PD, nas seguintes. Tal se deve a que Anderson, nos primeiros trabalhos de menor duração, tenha decidido optar pela escala com que se sentia mais seguro e que lhe permitia condensar maior informação no menor número de planos, normalmente acompanhados por longos *travellings* (que ocasionalmente incluem panorâmicas) de movimento muito nítido: nos referimos ao Plano Geral Curto (PGC). 26 PGC em *Bottle Rocket*, 21 em *Hotel Chevalier* e em *Cousin Ben...* não anotámos nenhum. Todavia, o PGM ou o PA marcados poderiam ser estudados como PGC devido à composição do plano (entraremos nele na secção correspondente). O mais interessante de *Bottle Rocket* é que com uma aparência muito referencial e que não indicia o que faz de Anderson um cineasta tão pessoal, se analisarmos os valores, concluímos que indiciam certos modos e opções, como as da preferência por certas escalas de plano e o uso do movimento de câmara (aqui ainda muito incipiente, mas já está presente).

Como é conhecido, esta curta-metragem foi o germe que originou a sua primeira longa, com o mesmo título da versão original (*Bottle Rocket*) realizada dois anos depois. Além de ter sido embrião, Anderson recicla o material e voltamos a vê-lo no filme, mas de uma maneira muito diferente (e idêntica ao mesmo tempo). Para isso, vale a pena deter-nos um momento e ver essa comparação em, pelo menos, três cenas-chave. Para tal, regressemos ao quadro que nos possibilita averiguar à primeira vista as particularidades desta comparação (figura nº 54).

O que mais nos chama a atenção é que na primeira cena selecionada, a do roubo, os valores são exatamente os mesmos. Isto daria oportunidade para falar de plágio (no sentido de cópia do original, sem sermos pejorativos) de seu trabalho anterior. Mas estas cifras também estão indicando que não há análise, por muito empírica que se queira, que, mediante o cálculo e a demonstração matemática, possa extrair conclusões absolutamente certas. Justamente, ambas as cenas duram o mesmo tempo, apresentam o mesmo número de planos (21) e, portanto, a mesma ASL (1,3). Mas existem duas diferenças significativas: as da escala e do movimento de câmara. No curta-metragem predominam os Planos Gerais (PG), enquanto que na longa, os PD/GP. Isto pode ser, ou melhor dito, costuma ser frequente em primeiras obras e de baixo orçamento, especialmente se se trabalha com pouco tempo e filme.

	<i>Bottle Rocket</i>	<i>Bottle Rocket (Ladrón que roba a ladrón)</i>
Cena 1. Robo		
Planos	21	21
ASL	1,3	1,3
Duração	46"	46"
Escala		
PD/PP	7	10
PMC/PM/PML	8	8
PGC/PGM/PGL	6	3
Movimento de câmara		
TRAV/PAN/CORRECCION	5	10
Cena 2. Pinball		
Planos	12	8
ASL	2,1	2,8
Duração	40"	36"
Escala		
PD/PP	9	3
PMC/PM/PML	2	4
PGC/PGM/PGL	1	1
Movimento de câmara		
TRAV/PAN/ CORRECÇÃO	0	0
cena 3. Tiro al blanco		
Planos	20	23
ASL	1,2	1
Duração	38"	39"
Escala		
PD/PP	9	7
PMC/PM/PML	8	9
PGC/PGM/PGL	3	7
Movimento de câmara		
TRAV/PAN/ CORRECÇÃO	3	2

Figura 54

Um PG possibilita alcançar mais espaço e registrar mais movimentos dentro do plano, pelo que se converte, e esta é a sensação que dá no momento que se vê a realização da longa-metragem, em algo mais simples (neste caso concreto). Uma das provas desta simplicidade encontramos-na nos movimentos de câmara que, na curta-metragem, são a metade (5) dos registados no filme (10). Em *Bottle Rocket*, a câmara encontra-se estática num dos cantos do quarto e só se move para seguir os personagens. Para lá destes seguimentos, também descobrimos em *Bottle Rocket* outros movimentos pelos quais o meganarrador se manifesta abertamente, por exemplo, na primeira panorâmica, que vai de um plano detalhe das luvas (figura nº 55) ao rosto de Anthony (Luke Wilson) (figura 56).



Figura 55



Figura 56

Mais interessante e demonstrativo de como os números não dizem tudo, que o cinema não é ciência, é a composição dos planos. Praticamente se repetem um a um, mas com ligeiras variações no enquadramento e no foco, convertendo aquele primeiro exercício num objeto que poderíamos definir como de *andersoniano*, apostado na representação frontal (outro de seus estilemas) e não no escorço (figuras nº 57 e 58). Podemos assim dizer que estes dados nos servem como referências, comprovações do modo como um trabalho influenciou o outro, de uma evolução, de referências que logo são subvertidas e apropriadas para aquilo que mais lhe interessa, mas não se pode deixar de lado a análise textual e o trabalho sobre a imagem e o som, pois embora a ASL seja a mesma, o ritmo da cena é outro, derivado da trilha sonora ser distinta, da composição dos planos e do ritmo interno de cada um, elementos que não podem ser quantificados, mas somente ser apreciados em contacto direto com a imagem e com o fotograma.



Figuras 57 e 58

A segunda cena, relativa à discussão durante a partida de Pintball, peca pelo mesmo. No enquadramento podemos ver a grande diferença que existe nos PD/GP. E se no filme é utilizado o PD como plano de efeito para iniciar a cena, e a partir da ação de Anthony premindo os botões (discurso poético em torno da posição do personagem nessa cena e durante todo o filme) para logo não se repetir em algo que ficou claro, na curta-metragem os PD (o movimento da bola na máquina, e o marcador que vai aumentando a pontuação), servem como introdução e como reiteração do avanço do estado de ânimo de Anthony, que vai perdendo a concentração e acaba por abandonar o jogo. Além disso, regressamos, mais uma vez, à posição da câmara (o plano da mão de Anthony premindo o botão, passará a ser um plano frontal do mesmo gesto) e a uma maior riqueza e agilidade do discurso por intermédio do campo/contra-campo que mostra essa falta de atenção de Anthony sem repetir a filmagem do painel de jogo, como sucedia na curta-metragem (figuras nº 59 e 60).



Figuras 59 e 60

Por último, na cena da prática de tiro ocorre o inverso da que acabámos de analisar. Se a conversa durante a partida de Pintball requeria um novo *tempo*, ligeiramente mais calmo (a ASL passava de 2,1 a 2,8), nesta sucede o contrário, procurando essa dinâmica do momento, ao deixar sair a energia perante uma novidade que parece tão atraente – A ASL diminui de 1,2 a 1 plano por segundo (em média), embora nos deparamos apenas com uma diferença de um segundo e de três planos a mais na longa-metragem que na curta-metragem. Rematamos o trabalho salientando que o estilo se impregna nas imagens e no seu próprio ritmo, criando uma “melodia” que está para lá do que os números nos indicam. A música alegre de piano que soa em *Bottle Rocket* denota essa sensação de escapismo e de liberdade, um tempo de suspensão que o espectador sente como algo tranquilo. Em contrapartida, no filme, a utilização da música *country* produz maior dinamismo e risco, e mais agilidade. É isso que predomina nos PG, nos quais se explora mais o exterior onde se localiza a ação; mas existe um equilíbrio na montagem que combina todo o tipo de escalas produzindo um ritmo mais métrico e mais sugestivo, para além de uma maior elaboração no encadeamento de planos. Isso torna possível que vejamos mais, mais rápido e de modo mais entretido devido ao melhor trabalho de montagem.

Hotel Chevalier

“*You wanna see my view of Paris?*”

Hotel Chevalier (Wes Anderson, 2007)

As diferenças com *Bottle Rocket* falam por si só. Dos 156 planos da primeira curta-metragem de Wes Anderson, se passa para 39, com uma duração muito similar. Constatámos que a primeira produção era uma obra irregular, imbuída de referências no seu aspeto formal e de montagem, inclusivamente académica, no sentido de alguém que está aprendendo a usar o dispositivo. Em contrapartida, *Hotel Chevalier*, está no lugar central da sua filmografia, que já alcançou vários êxitos e o catapultou como um realizador com um estilo muito marcado. São vários os itens que nos indicam que não é algo estranho que esta curta-metragem se inscreva numa ASL de 18,5. Como

podemos apreciar no gráfico, a sua ASL é ascendente e *Hotel Chevalier* está entre os seus dois filmes mais “lentos”: *Life Aquatic*, com uma ASL de 7,7, e *Viagem a Darjeeling* (*The Darjeeling Limited*, 2007), com uma de 9,6. *Hotel Chevalier* é um prólogo de *Viagem a Darjeeling* pelo que ambas estão na mesma tonalidade rítmica, se bem que uma tenha lugar integralmente num quarto de hotel e a outra é um *road movie* que, apesar de se desenvolver em grande medida no interior de um comboio, sai com assiduidade para o exterior e conta com cenas de ação que aceleram o ritmo: o trajeto em táxi e o acidente no rio. Também importam as sensações que buscam ambos os trabalhos, sobretudo a curta-metragem, decorrentes desse tempo de espera e de reflexão, no qual os personagens se detêm diante de recordações do passado que não os deixam avançar. Assim, *Hotel Chevalier* combina o facto de se produzir num único espaço que, coincidindo com o estilo de Anderson e a preferência pelo PGC, reduz o número de planos ao invés de o fazer mais dinâmico (como seria no caso de *Tape*, de Richard Linklater, 2001, para citar um exemplo muito contrastante), com a melancolia e o sossego de um personagem, para o qual as paredes lhe parecem enormes e que é como um rato encurralado numa jaula de Natalie Portman.



Figura 61

Como já mencionámos, a escala mais habitual no cinema de Wes Anderson é o PGC, que, devido aos movimentos de câmara e dos personagens, sempre apresentará umas variações em certas ocasiões, mas será difícil estabelecer

uma escala estanque, pois devemos considerá-las como orientadoras de suas intenções no momento da ação do enquadramento. Nesta curta-metragem, os PG (e derivados) passam em grande medida ao resto das escalas: 26 PG por 2 GP/PD e 11 PM, como podemos observar na tabela comparativa. É relevante salientar como todos estes PM e GP se dão nos momentos mais pessoais e/ou íntimos: na chamada de Natalie Portman (figura nº 62) e quando vão para a cama para terem relações (figura nº 63). No resto do filme, Anderson mostra-nos a solidão de Jack (Jason Schwartzman) e a distância entre ambos nessa relação de amor impossível, de *amour fou* (figuras nº 64 e 65).



Figura 62



Figura 63



Figura 64



Figura 65

Sobre este *amour fou* gira a principal referência de *Hotel Chevalier*, que não poderia ser outra que *Prénom Carmen*^{100*} (Jean-Luc Godard, 1983), filme com uma cena chave que serve de inspiração (e algo mais) a Anderson. Referimo-nos à do hotel, onde os protagonistas (também em roupão amarelo) dialogam, ele, sobre o que tem que fazer no plano que estão organizando e ela, sobre a relação com ele (e todas as leituras que se encontram subjacentes) e que tem o clímax em duas frases de Carmen, que bem poderiam

100. Este filme foi estreado em Portugal com o título “Carmen”.

aplicar-se à curta metragem de Anderson: “Quando ela disse: ‘Se me amas, despede-te de’” e “Às vezes penso... que não posso fazer nada contigo”. Operemos uma rápida comparação na seguinte tabela (figura nº 66):

	<i>Hotel Chevalier</i>	<i>Nombre: Carmen</i>
Planos	39	5
ASL	18,5	39,9
Duração	11:32.7	3' 20"
Escalas		
PD/PP	2	1
PMC/PM/PML	11	-
PGC/PGM/PGL	26	4
Movimentos de câmara		
TRAV/PAN/CORECÇÃO	8	3

Figura 66

O ritmo que desprendem é similar, sendo Godard mais lento, mas fazendo ambos um uso importante do PGC e o gosto reiterado pelo enquadramento. Estas opções formais também se encontram próximas nas suas intenções e salientam a importância que teve o filme de Godard na curta-metragem de Anderson, além de evidenciar algo que antes parecia mais oculto. E se as referências mais citadas para falar de Anderson foram Truffaut ou Chabrol, aqui (e no recente *Moonrise Kingdom* também se destacam), talvez seja Godard quem mais tenha influenciado na forma e na encenação, entre outros aspetos. Em *Carmen* só há um GP e este se produz no momento em que ela se depara com a chave que produz o sentido de todo o filme (figura nº 67); e também nos mostra Joseph (Jacques Bonnard) consumido por uma mulher consciente da situação, jogando com o seu “par” (figura nº 68). Em suma, *Hotel Chevalier* revela-nos a consolidação de um estilo particular e referências que foi recolhendo para depois se apropriar daquilo que mais interessava. O curioso, e que aqui somente vamos abordar brevemente, é como depois deste díptico com a *Viagem a Darjeeling*, e a passagem ao cinema de animação e ao universo “infantil” (protagonizado por crianças), o ritmo se acelerará mais que nunca na filmografia de Anderson. O que nos faz pensar nestes dois trabalhos como um exercício de reflexão, auto-consciência e inflexão.

Cousin Ben Troop Screening

“Alright, we know they’re together, we know they’re within a certain radius of this spot. I’m declaring a case with the country right now”

Moonrise Kingdom (Wes Anderson, 2012)



Figura 67



Figura 68

Moonrise Kingdom teve sua estreia no Festival de Cannes de 2012. Desde essa data que foi passando por diferentes festivais e se projetou de maneira limitada nos Estados Unidos no dia 25 de Maio. A estreia oficial no seu país de origem ocorreu um mês mais tarde, no dia 29 de junho, depois de ter sido feita em grande parte da Europa (e para bom entendedor, poucas palavras bastam). Para a sua estreia nos Estados Unidos, o *site* /produtora *Funny or Die* colocou em circulação pela Internet esta curta-metragem promocional realizada pelo mesmo Anderson e com a colaboração de Jason Schwartzman bem como algumas das crianças do acampamento encenado no filme. Nos encontramos perante uma espécie de *spot* viral camuflado de curta-metragem, no qual Schwartzman organiza a projeção de *Moonrise Kingdom* para as suas *scouts*: primeiro vemo-lo vendendo bilhetes, depois apresentando o filme, controlando o foco da projeção, o filme a focar-se e ele expulsando um par de *scouts* que queriam entrar após o início.

Estas seis cenas encontram-se realizadas cada uma num plano fixo. Para tal, Anderson opta pela sua abordagem habitual e/ou preferida: o PGC. Não obstante, tal como já comentámos, esta escala atua mais como um guia inicial,

pois a elaboração interna da sua ação *de enquadramento* é mais complexa. Se nos limitarmos ao enquadramento das curtas-metragens, veremos que anotámos apenas um PGC e, depois, um PA e um PML (para além das escalas mais pequenas centradas no cartaz ou na tela de projeção). Registamos esta escalaridade a partir da figura de Schwartzman no plano, mas, como podemos ver nas figuras 69 a 72, a ação de enquadramento é muito mais complexa e, em certa medida, poderíamos catalogar os planos como PGC, dado que são vários os personagens que interatuam dentro do espaço (em diferentes escalas), resolvendo-se cada ação nesse único plano.



Figuras 69, 70, 71, 72

Podemos constatar a evolução de Anderson desde a sua primeira curta-metragem até esta, por referência aos valores (e às imagens e sons). De uma montagem muito acelerada, onde os planos se sucediam para mostrar com detalhe o que o personagem ia fazendo e, portanto, as decisões se formulavam em função das ações do personagem, para além dessa vontade de querer/ter que mostrá-lo totalmente quando é necessário, habitual numa primeira obra, sem uns enquadramentos capazes de conter a vida para além da ação pontual, até um filme onde cada plano se encontra cuidado com

detalhe e sem necessidade de mover a câmara, nem a aproximar, e que comporta toda uma narração e um maior ritmo interno, criando um melhor ritmo global nesta curta-metragem que naquele, já distante, *Bottle Rocket*.

Conclusão

“Meu filho, a felicidade é feita de pequenas coisas: um pequeno iate, uma pequena mansão, uma pequena fortuna...” volta a dizer Groucho Marx. Pois bem, todo analista encontrará a felicidade (além deste iate) nos detalhes que fazem funcionar um filme, sendo o plano e o fotograma essas duas pequenas coisas que dão mais riqueza à análise. Como foi possível exemplificar, a ASL é uma metodologia que torna o trabalho do analista mais completo e lhe permite formular conclusões empíricas decorrentes do enquadramento cinematográfico. No caso de Wes Anderson, foi possível contrastar certas marcas de estilo próprio, como a preferência pelo PGC ou a tendência europeia de seu cinema, que escapa de uma ASL acelerada, habitual do cinema *mainstream* norte-americano. Também as suas curtas-metragens marcam períodos pontuais da sua filmografia e condensam a maioria do seu estilo para dar forma a um trabalho de menor duração. Do mesmo modo que, ao contemplar a expressividade da filmografia completa, se revela um processo claro de crescimento, amadurecimento/(com) autoreflexão/(que chega a um) “estancamento” e culmina com uma renovação (se não em temáticas concretas, em ritmo e em sensação de agilidade, que denotam seus últimos trabalhos). Contudo, simultaneamente, esta metodologia também é limitada, pois os números não são mais que números e a imagem também é necessária para que esses dados não digam o que o texto não disse. Na prática da ASL, possuímos uma ferramenta complementar à análise textual para chegar a conclusões que vão para além da interpretação, para ratificar as impressões que o objeto analisado pode suscitar.

Para elaborar uma boa análise de um texto fílmico é recomendável, para não dizer necessário, operar uma *découpage* para aceder a esses detalhes que fazem parte de cada plano. Assim, nos questionamos: porque é que o analista que teve o cuidado de realizar esta tarefa não a culmina extraindo

os dados? Pode parecer uma observação vaga, mas que realmente poucos a colocam em prática e dela podem extrair-se ainda “pequenas coisas” que fazem da análise algo mais completo. Além disso, com as ferramentas digitais que existem atualmente, a tarefa foi facilitada e, em apenas alguns dias de trabalho, é possível recolher os dados de toda uma filmografia, de uma temporada de uma série de televisão ou de filmes mais emblemáticos de um movimento cinematográfico. Assim sendo, podemos afirmar que a ASL permite à análise fílmica dar um passo em frente, renovar-se e adaptar-se aos tempos que correm, aproveitando a tecnologia e, por fim, conseguir que a análise apresente “*mais substrato*”.

Bibliografia

- AMIEL, Vincent, *Estética del montaje*, Madrid: Abada, 2005.
- BORDWELL, David; THOMPSON, Kristin; y STAIGER, Janet, *El cine clásico de Hollywood. Estilo cinematográfico y modo de producción hasta 1960*, Barcelona: Paidós, 1997.
- BORDWELL, David, *The Way Hollywood Tells It. Story and Style in Modern Movies*, Berkeley-Los Angeles-London: University of California Press, 2006.
- CRITTENDEN, Roger, *Fine Cuts. The Art of European Film Editing*, Oxford-Burlington, Massachusetts: Elsevier, 2006.
- DMYTRIK, Edward, *On Film Editing*, Newton, Massachusetts: Butterworth-Heinemann, 1984.
- EISENSTEIN, Sergei M., *Teoría y técnica cinematográficas*, Madrid: Rialp, 1959.
- ELSAESSER, Thomas y BUCKLAND, Warren, *Studying Contemporary American Film: A Guide to Movie Analysis*, Arnold: Great Britain, 2002.
- ENTICKNAP, Leo, *Moving Image Technology. From Zoetrope to Digital*, London: Wallflower Press, 2005.
- JURGENSON, Albert y BRUNET, Sophie, *La práctica del montaje*, Barcelona: Gedisa, 1992.

- GÓMEZ-TARÍN, Francisco Javier, *El análisis de textos audiovisuales. Significación y Sentido*, Santander: Shangrila Ediciones, 2010.
- GÓMEZ-TARÍN, Francisco Javier, *Elementos de Narrativa Audiovisual. Expresión y Narración*, Santander: Shangrila Ediciones, 2011.
- LOBRUTTO, Vicent, “Susan E. Morse”, em *Selected Takes. Film Editors on Editing*, London-Westport, Connecticut: Praeger, 1991.
- MCGRATH, Declan, *Montaje & Postproducción*, Barcelona: Océano, 2001.
- MILLAR, Gavin y REISZ, Karel, *Técnica del montaje cinematográfico. Montaje 2*, Madrid: Plot, 2003.
- MURCH, Walter, *En el momento del parpadeo. Un punto de vista sobre el montaje cinematográfico*, Madrid: Ocho y Medio, 2003.
- OHANIAN, Thomas A., *Edición digital no lineal*, Madrid: IORTV, 1996.
- OHANIAN, Thomas A. y PHILLIPS, Michael E., *Digital Filmmaking. The Changing Art and Craft of Making Motion Pictures*, Boston: Focal Press, 2000.
- OLDHAM, Gabriella, “Maximizing the Moment. Bill Pankow”, em *First Cut. Conversations with Film Editors*, Berkeley and Los Angeles/London: University of California Press, 1992, pp. 171-183.
- OLDHAM, Gabriella, “‘Percusive’ Editing. Paul Hisch”, em *First Cut. Conversations with Film Editors*, Berkeley and Los Angeles/London: University of California Press, 1992, pp. 185-197.
- ONDAATJE, Michael, *El arte del montaje. Una conversación entre Walter Murch y Michael Ondaatje*, Madrid: Plot, 2007.
- PINEL, Vincent, *El montaje. El espacio y el tiempo del film*, Barcelona: Paidós, 2004.
- PUDOVKIN, Vsevolod I., *Film Technique and Film Acting. The Cinema Writings of V. I. Pudovkin*, New York: Grove Press, 1958.
- REISZ, Karel, *Técnica del montaje cinematográfico*, Madrid: Taurus, 1990.
- ROSENBLUM, Ralph y KAREN, Robert, *When the Shooting Stops... the Cutting Begins*, Lexington, KY: Da Capo, 1979.
- RUBIO ALCOVER, Agustín y TOMÁS SAMIT, Adrián, “Saldando cuentas con la historia del montaje (1). Tanteos e hipótesis preliminares en la práctica de la ASL” em *Actas del IV Congreso Internacional sobre*

- Análisis Fílmico. Nuevas Tendencias e Hibridaciones de los Discursos Audiovisuales en la Cultura Digital contemporánea*, Bort Gual, Iván; García Catalán, Shaila y Martín Núñez, Marta (Edts.), Castellón: Ediciones de las Ciencias Sociales, Publicación em CD-ROM, 2011.
- RUBIO ALCOVER, Agustín y TOMÁS SAMIT, Adrián, “Three Neoclassicisms”, *Revista Icono 14*, Vol 11, N° 1, Madrid: 2013.
- SALT, Barry, *Film Style and Technology. History and Analysis*, London: Starword, 2009 (3ª edição alargada)
- SALT, Barry, *Moving into pictures. More on Film History, Style and Analysis*, London: Starword, 2006.
- SALT, Barry, “Statistical Style Analysis of Motion Pictures”, en, Vol. 28, N° 1, University of California Press, 1974, pp.13-22.
- THOMPSON, Roy, *Manual de montaje. Montaje 1*, Madrid: Plot, 2001.
- VAUGHAN, Dai, *Portrait of an Invisible Man: The Working Life of Stewart McAllister, Film Editor*, London: British Film Institute, 1983.
- VILLAIN, Dominique, *El montaje*, Madrid: Cátedra, 1994.

Internet

- CINEMETRICS. Disponible en <http://www.cinematics.lv>. (Os dados foram comprovados a 9 de dezembro de 2012).
- LIGNE DE TEMPS. http://web.iri.centrepompidou.fr/pop_site.html

Cinema: sequências-paradigma

**VIDA E DESTINO NA SOCIEDADE DO
ESPETÁCULO. METATEXTUALIDADE E
AUTORREFERENCIALIDADE: UMA ESTRUTURA EM
LOOP EM 71 FRAGMENTOS DE UMA CRONOLOGIA
DO ACASO (71 FRAGMENTE EINER CHRONOLOGIE
DES ZUFALLS,1994), DE MICHAEL HANEKE**

Pablo Ferrando García / Universidade Jaume I de Castellón

Introdução: A lógica das imagens versus a lógica da vida

Quando já quase passou um quarto de século sobre a *Trilogia da Glaciação*¹⁰¹ de Michael Haneke, acreditamos que ainda permanece muito atual, já que diagnostica de forma precisa as psicopatologias da vida quotidiana na sociedade do espetáculo, para além de nos convidar à reflexão sobre a natureza ontológica da imagem. Trata-se de uma proposta radical perante a representação audiovisual hegemónica, já que nos possibilita analisar quais os seus limites. Esta particularidade é mais precisamente que nunca, pois implica denunciar muitas das aberrações e abusos que se perpetuam sistematicamente nas indústrias multinacionais do setor audiovisual, em muitos casos com a clara convicção e pacto dos empresários, burocratas e políticos, ao imporem produtos vulgares que anulam o pensamento humanista.

101. Composto, como veremos mais à frente, por *El séptimo continente* (*Der siebente kontinent*, 1989), *El vídeo de Benny* (*Benny's video*, 1992) e *71 Fragmentos de una cronología del azar* (*71 Fragmente einer Chronologie des zufalls*, 1994). N.T. – “Benny’s Vídeo” foi exibido em Portugal com o mesmo nome; “Der siebente kontinent” com o título “O Sétimo Continente” e “71 Fragmente einer Chronologie des zufalls” como “71 Fragmentos de uma Cronologia do Acaso”.

Ao longo do nosso texto pretendemos analisar um dos elementos fundamentais do cinema moderno: o da revelação do dispositivo que permite romper a transparência enunciativa decorrente de uma série de características significativas que contribuem para a construção do discurso fílmico. E um desses elementos expressivos consiste no *fora de campo* (na medida em que nos é sugerido, mas não é *atualizável* ou *não é habilitado*). Esta *pegada enunciativa* evidencia a emergência do sujeito de enunciação, ao mesmo tempo que rompe com os mecanismos de representação do cinema clássico, pois este se esforça precisamente por anular o artefacto fílmico. O propósito do cinema clássico sempre foi o de tornar coesos os espaços diegéticos graças à combinação do *campo* e do *fora de campo*, mediante as direções de olhares dos personagens que antecipam e confirmam o objeto visto como réplica desse olhar. De um modo geral, já o cinema pós-clássico “opta pela desconstrução da linearidade narrativa e o desdobramento de diversas tramas e de níveis de ação e de representação que nos levam à noção de hiperrelato”¹⁰². A desconstrução encontra-se determinada no relato, mas em nenhum caso no discurso (que é o que define o cinema moderno). A partir da referida estrutura visual formaliza-se uma densa rede de imagens, simuladas virtualmente a partir da imagem hóspede (a da tela cinematográfica) como *interface* para organizar a *mise en abîme* multimédia em função das mesmas exigências dramáticas. Assim é possível potencializar e agilizar a causalidade narrativa. Não existe outro modo pelo qual podem ser encaradas as noções de hiper-enquadramento e hiperrelato formuladas por Palao. Neste caso, existe toda uma saturação de imagens alojadas na tela cinematográfica cujo fim é o de exibir uma infatigável avidez narrativa¹⁰³, mas sem vontade alguma

102. PALAO ERRANDO, José Antonio, “Hiperencuadre/Hiperrelato: Apuntes para una narratología del film postclásico”, em *I Congreso Internacional de la Red Iberoamericana de Narrativas Audiovisuales (Red INAV) y III Encuentro Iberoamericano de Narrativas Audiovisuales “Narrativas Audiovisuales: convergencia mediática transnacionalización e intercambio cultural”*. 23-25 de maio. Málaga e Sevilla: 2012, p. 212.

103. Esta avidez exige um desenvolvimento e também uma adaptação extremamente fácil dos elementos que configuram a dimensão diegética. Obriga ao desenvolvimento de uma exígua economia narrativa na escolha de recursos narrativos mínimos o que força à transformação do uso das categorias estruturais do relato. Veja-se, neste sentido, as novas orientações dos núcleos e catálises bartheanas que José António Palao expõe no seu estudo sobre o cinema pós-clássico (2012: 222-226).

pelo desenvolvimento de uma projeção metafórica e/ou poética. Estes referidos relatos visuais apresentam, pois, um olhar direcionado para o interior da diegese e respondem à lógica da imagem.

O nosso objeto de estudo centra-se, portanto, exclusivamente na escrita fílmica moderna e acreditamos que esta é justamente o oposto da do cinema pós-clássico. Neste tipo de filmes, as imagens parecem dispersar-se e perderem-se pelos limites do enquadramento sem quase nunca chegarem a serem mostradas. O espectador vê-se obrigado a pensá-las porque são sugeridas para lá dos limites dos planos. Diante da impossibilidade de aprisionar a realidade, da clarividência de que, em termos lacanianos, não se pode representar o real, opta-se pela revelação da materialidade fílmica e, portanto, procura-se o desenvolvimento de exercícios auto-reflexivos que conduzem a um processo de conhecimento para o espectador. Persegue-se a emergência de uma revelação, de uma verdade, que é confrontada com a própria realidade. Em contraposição ao cinema pós-clássico, podemos sustentar que no cinema moderno existe uma lógica da vida¹⁰⁴. Nele se busca a subjetividade, se brinda um olhar generoso sobre a experiência do mesmo *devoir* visual, no qual o espectador adquire um processo de conhecimento. Regista-se, nos termos de Kracauer, uma “qualidade cinematográfica”¹⁰⁵, ou seja, uma permeabilidade entre o mundo real e o que se insinua nas imagens. O espectador já não opera sobre as possibilidades dramáticas do relato, mas sobre o saber inferido pela vivência das imagens insinuadas pela elipse, pelo plano-sequência, o plano fixo contínuo, o campo vazio e pelo fora de campo. Do mesmo modo, quando se elaboram re-enquadramentos, eles possuem

104. O termo advém das estimulantes declarações de Abbas Kiarostami, efetuadas para MK2, por altura do lançamento comercial em DVD de *El Chico* (The Kid, 1921) de Charles Chaplin. Para o cineasta iraniano existe uma semelhança entre os seus filmes e os de Chaplin, “porque há no nosso cinema uma lógica de vida e não uma lógica de imagem”. Neste sentido, poderíamos considerar que existe uma certa inclinação rosselliniana no cinema de Kiarostami, em contrapartida à lógica da imagem, que poderia emparelhar, por exemplo, no cinema de Hitchcock. Haneke poderia mover-se entre estes dois extremos. Por um lado, existe um controlo sedimentado dos planos através da montagem e, por outro, pode sentir-se uma sensibilidade e liberdade no ritmo dramático da transmissão de experiências emotivas. Os longos planos fixos, tão caros no seu cinema, apelam a uma implicação no âmbito do ato do olhar, a uma experiência desse olhar: “A sua passagem ao ato poderia conjugar-se numa passagem do ser ao fazer (...); não é ser espectador, mas fazer-se, quer dizer, aceitar, subjetivar essa passagem pela qual o espectador se transforma num observador voluntário ao invés de testemunha que o filme vincula a cada um” (Wajcman, 2001: 229).

105. KRACAUER, Sigfried, *Teoría del cine. La redención de la realidad física*, Barcelona: Paidós Comunicación, tradução de Jorge Hornero, 1989, p. 320.

uma vocação estilística e discursiva, vinculados aos mecanismos da representação audiovisual para que o espectador consciencialize o artefacto fílmico.

Tudo isso é possível devido às operações de distanciamento, nas quais vigora a ideia da imagem centrípeta, em termos bazinianos¹⁰⁶. As mesmas limitações visuais (no momento de delimitar a captura das imagens) impulsionam a metáfora, a sinédoque ou a perífrase com o objetivo de evidenciar a enorme dificuldade que supõe controlar a realidade. Para além disso, o princípio da economia narrativa é levado ao limite, o relato está reduzido à mínima expressão, construído de forma fragmentária¹⁰⁷ e o desenlace não assegura o encerramento narrativo, o que obriga à participação ativa do espectador para encerrar o relato. Aqui já não existe um dirigismo do olhar, como ocorria no cinema pós-clássico, mas uma libertação do mesmo. Por isso, cremos que o cinema moderno convida a pensar a imagem, esquivando-se, em muitas ocasiões, da *pulsão escópica*.

Temos intenção de nos aproximar do cinema moderno a partir da narratologia, com a pretensão de o confrontar com o cinema pós-classico. Para isso, queremos proceder a uma micro-análise de uma breve sequência de *71 Fragmentos de uma cronologia do acaso*, o filme que fecha a trilogia de Michael Haneke, pois sintetiza as duas produções anteriores, além de estabelecer os signos auto-referenciais que contribuem para o reforço discursivo: *O sétimo continente* (*Der siebente kontinent*, 1989) e *O vídeo de Benny* (*Benny's video*, 1992). Em concreto, optámos pela cena na qual Marian Radu (Gabriel Cosmin Urdes), o menino romeno, é entrevistado por uma cadeia televisiva austríaca e relata as vicissitudes da sua sobrevivência em Viena. Ao longo das referidas imagens, uma série de personagens de ficção (Tomek,

106. BAZIN, André, ¿Qué es el cine?, Madrid: Rialp, tradução de José Luis López Muñoz, 1966, p. 270.

107. Um exemplo exagerado de relato fragmentado poderia ser *El año en Marienbad* (*L'Année dernière à Marienbad*, Alain Resnais, 1961). Em comparação com *71 Fragmentos para una cronología del azar*, o filme francês corresponde a uma saturação de possíveis narrativos, quer dizer, ao longo da metragem apresenta todo o tipo de circunstâncias que podem ocorrer entre os diversos personagens. A cinematografia de Robert Bresson também corresponde a um cinema fragmentado. Neste caso, a fragmentação não reporta ao relato mas à configuração da realização fílmica: articulação de planos, proeminência do fora de campo e da montagem são elementos que contribuem para criar esse cinema fragmentado tão mimetizado por Haneke na *Trilogia de la Glaciación*.

o ancião solitário interpretado por Otto Grünmandl; os senhores Inge -Anne Bennet- e Paul Brunner -Udo Samel) serão testemunhas da reportagem televisiva. Nesta unidade narrativa adverte-se sobre uma *projeção* metatextual decorrente da comparação da mencionada peça informativa com as que estruturam o relato do próprio filme, ou seja, as notícias dos telejornais. Também acreditamos que esta operação de montagem transcende o filme para ser integrada no discurso global da *Trilogia*. Do mesmo modo, se concebe uma perspectiva mais ambiciosa ao se criar um relato capaz de abranger uma dimensão urbana, social e espacial muito mais ampla.

Em suma, nosso objetivo é colocar em jogo toda uma série de recursos retóricos, sem intenção de exaustividade, com a pretensão de os converter num trabalho de pesquisa aberto a um maior aprofundamento e à descoberta de variações em futuras investigações teóricas.

1. Ponto de partida

Em primeiro lugar, pretendemos proceder a uma reflexão sobre a análise textual relativamente ao discurso do cinema hanekiano, que, por sua vez, se inscreve na modernidade fílmica. Cremos que para o estudo do microrelato cinematográfico são escassos os efetivos enfoques formalistas ou culturalistas, pois estes atendem à descrição de elementos expressivos segundo o argumento ou uma simples enumeração de dados. Portanto, estas perspectivas não penetram nas profundidades da enunciação. Só a partir do estudo das operações textuais poderemos chegar a especificar quais foram as derradeiras intenções ou sentidos transmitidos e/ou provocados. Daí que nos interessem as noções narratológicas.

Nesse sentido, é importante indicar a instância narradora que organiza o discurso do filme hanekiano, mas extensível a uma boa parte do cinema moderno. O meganarrador (esse autor implícito conceptual responsável pelo relato que não se pode confundir com a entidade física do autor real) manifesta-se de forma eloquente através de uma série de marcas enunciativas erigidas em significantes que substanciam o discurso fílmico, e este é construído sobre o texto com propósito de o fazer chegar ao narratário ou ao

espectador. Por esta mesma razão, se rompe com a transparência enunciativa. No cinema clássico, o *raccord* assegura a coesão (espacial e temporal) diegética mediante a cesura dos planos na montagem, dissimulando a presença do *autor implícito*¹⁰⁸. Atualmente, o cinema pós-clássico oferece um estrondoso e espetacular jogo audiovisual no qual a tela hóspede (a cinematográfica) espalha um *arsenal* de imagens apresentadas fragmentariamente, em desordem e provenientes de diversas procedências (Internet, computadores, televisores, celulares, etc.). Apesar desta entropia, a atenção centra-se numa série de informações narrativas e audiovisuais, sem relação aparente, mas que são geridas por um narrador onisciente amparado na lógica *actancial* e diegética. O cinema pós-clássico desconstrói (os relatos carecem de linearidade) e ao mesmo tempo, na maioria das propostas, ratifica o MRI¹⁰⁹ sem abandonar o seu caráter centrípeto. Neste regime, o sujeito de enunciação esconde-se na *exibição* dos acontecimentos do relato. Inclusivamente, como sugere José Antonio Palao, a falha do *raccord* é usada com frequência, não tanto como um exercício meta-fílmico, mas como revelação da verdade da trama, “como inadequação do enunciado fílmico à cena real”¹¹⁰. É certo que o espectador contemporâneo possui um maior saber (por contraste ao de outras épocas) sobre a lógica audiovisual e isso facilita uma ágil leitura das imagens.

Por outro lado, as características significantes do cinema moderno decorrem da diegese para evidenciar o artefacto fílmico. O sujeito de enunciação oferece ao espectador uma hermenêutica para consolidar o aspeto narrativo. A falha do *raccord* (ou melhor dizendo, a transgressão) converte-se numa manifestação explícita da metalinguagem. No final das contas, “o discurso cinematográfico é uma metalinguagem: fala antes de tudo a linguagem ci-

108. GÓMEZ-TARÍN, Francisco Javier, *Elementos de Narrativa Audiovisual. Expresión y Narración*, Santander: Shangrila Ediciones, 2011.

109. N. T.: MRI - Modo de Representação Institucional.

110. PALAO ERRANDO, José Antonio, *op. Cit.*, p. 216.

nematográfica, inclusive antes de remeter para o emissor da mensagem”¹¹¹. Isso o obriga a conduzir a exercícios auto-referenciais com o objetivo de construir uma meta-discursividade:

“Entendemos por meta-discursividade o facto de que um filme fale de si como um ente discursivo, do cinema em geral ou de um tipo de filmes em particular, da linguagem cinematográfica, da tecnologia que produz os filmes, de sua produção ou comercialização, enfim, de qualquer parâmetro que leve implícita uma reflexão sobre o cinema, sem que isto implique necessariamente a falta de coerência argumental em questão. Logicamente, um dos procedimentos mais habituais da meta-discursividade é precisamente o da *mise en abîme*, na qual dentro de um filme surge outro ou determinados ambientes icônico-representacionais”¹¹²

A *mise en abîme* pode desenvolver-se com *fins diegéticos*. O exemplo mais comum é a citação de um enquadramento pictórico, fotográfico ou filmico, que se adaptou e/ou naturalizou no interior do mesmo filme, como em *Melancholia* (*Melancholia*, Lars von Trier, 2011). No entanto, existem outros dois tipos dignos de serem considerados no nosso estudo: aquele que se incorpora para gerar o discurso (cf. o fim de *71 Fragmentos para uma cronologia do acaso*, Michael Haneke, 1994) e o que é integrado com fins históricos ou meta-narrativos¹¹³ (*Zelig*, Woody Allen, 1983). Na primeira parte, ou seja, durante a primeira hora de filme de *71 Fragmentos para uma cronologia do acaso*, a *mise en abîme* está inscrita diegeticamente. No entanto, depois da entrevista do menino imigrante romeno constitui uma clamorosa emergência do meganarrador que passa a impregnar a enunciação fílmica.

Pelo contrário, a *mise en abîme intermediática* do cinema pós-classico:

111. JOST, François, “Discours cinématographique, narration: deux façons d’envisager le problème de l’énonciation”, em *Théorie du film*, Aumont, Jacques y Leutrat, Jean – Louis, (comps), Paris: Albatros, 1980, p. 125.

112. GÓMEZ-TARÍN, Francisco Javier, *Discursos de la ausencia. Elipsis y fuera de campo en el texto fílmico*, Valencia: Ediciones de la Filmoteca, 2006, pp. 213-214.

113. Esta taxinomia foi recolhida de José António Palao para analisar a natureza específica do *mise-en-abîme* no filme que estamos a estudar (Confira-se Pão, 2012: 217-28).

“(…) implica a mistura de texturas e de diversos grãos na tela fílmica, podendo esta ser a única marca de re-enquadramento se a imagem re-enquadrada em movimento chegar ocupar a totalidade da tela hóspede; de facto, o chamado *found footage* seria uma das suas variantes. Podemos estabelecer uma classificação dos re-enquadramentos: Cinema: Fotografia; Cinema: Cinema; Cinema: Videovigilância; Cinema: Computador. A diferença fundamental relativamente à *mise en abîme* clássica consiste em que a meta-representação já não está submetida a uma intenção semântica, mas sim à transparência (supostamente inócua) do utilitarismo comunicativo. A casuística pode ser infinita no cinema pós-clássico, começando pelas trucagens digitais dos filmes, como *Na linha de fogo* (*In the line of fire*, Wolfgang Petersen, 1993) ou *Forrest Gump* (Robert Zemeckis, 1994), que fazem advir os personagens nos espaços do passado onde é possível localizar fisicamente o corpo do ator”¹¹⁴.

Assim, as misturas plásticas do cinema pós-clássico reforçam a lógica visual, na combinação com a integração da diegese e respeitando a causalidade aristotélica. Justamente, já o cinema moderno desativa a lógica causal e incorpora outras formas auto-reflexivas transmitidas diretamente em direção ao fora de campo heterogéneo, ao contra-campo espetatorial (à medida que é dirigido explicitamente ao espectador): enunciações delegadas ora por um narrador, que não é um personagem da diegese (denominado voz *over*; por exemplo, o narrador de um documentário sobre animais), ora por um narrador personagem, que rompe a transparência narrativa (leiam-se as vozes em *off*, de *O Laço Branco*, *Das weisse band - Eine deutsche Kindergeschichte*¹¹⁵, Michael Haneke, 2009), ou através da representação de um público no interior do filme que se constitui em narratário por delegação do espectador na sala (*A rosa púrpura do Cairo*, *The purple rose of Cairo*, Woody Allen, 1985), de olhares para a câmara (*A viagem dos comediantes*,

114. PALAO ERRANDO, José Antonio, “Hiperencuadre/Hiperrelato: Apuntes para una narratología del film postclásico”, em *I Congreso Internacional de la Red Iberoamericana de Narrativas Audiovisuales (Red INAV) y III Encuentro Iberoamericano de Narrativas Audiovisuales “Narrativas Audiovisuales: convergencia mediática transnacionalización e intercambio cultural”*. 23-25 de Maio. Málaga e Sevilla: 2012, p. 218.

115. N: T: “, *Das weisse band -Eine deutsche Kindergeschichte*” – exibido em Portugal com o nome “O Laço branco”.

O *Thiassos*, Theo Angelopoulos, 1975) e de todo um tipo de encenação que destaca o caráter de representação (o epílogo desconstrutivo de *O sabor da cereja*, Ta'm e guilas, Abbas Kiarostami, 1997).

Por outro lado, convém considerar o processo técnico do filme moderno, que está vinculado a uma encenação geralmente estilizada, artificial, sóbria (personagens, interpretação, cenários, adereços, vestuário, iluminação, etc.). O enquadramento em ação (leia-se: os enquadramentos, as angulações, os olhares, os planos e os eixos) encontra-se determinado pelas reflexões do dispositivo fílmico e porque o meganarrador pretende evidenciar a sua posição perante o relato. Em terceiro e último lugar, a série em ação (leia-se: montagem visual e sonora, campo, fora de campo, eclipse, etc.) contribui para articular explicitamente a produção de sentido com o espectador.

Em *71 Fragmentos de uma cronologia do acaso*, os personagens e a sua interpretação estão dramatizados, reconhecem-se os mecanismos brechtianos. Não se verifica um desenvolvimento psicológico dos protagonistas. Deles sabemos muito pouco, não existe identificação, nem empatia. Podemos experimentar compaixão, desapego emocional, inclusivamente compreender as suas ações, mas em nenhum caso, chegamos a sentir-nos identificados com os personagens que desfilam. De facto, regista-se uma completa ausência de catarse, não se produz nenhuma libertação psíquica, nem sanção moral sobre os personagens. Os cenários, a ambientação, os adereços e os vestuários mostram-nos uma realidade geralmente imediata. Por exemplo, no cinema de Resnais, Godard, Fassbinder, Antonioni, Fellini, Oliveira, podemos ver um retrato da burguesia no contexto contemporâneo de uma grande cidade sob uma atmosfera gélida, hostil, tensa e/ou violenta, onde os problemas de comunicação/incomunicação, a solidão, o absurdo e a angústia existencial, constituem as linhas temáticas de seus relatos.

Em contrapartida, no cinema pós-clássico regista-se uma superabundância destas características expressivas que contribuem para acelerar e enriquecer a exposição narrativa. Os mecanismos de identificação, a caracterização, os elementos cenográficos, a *pulsão escópica*, a fotogenia dos atores, enfim,

todas estas características expressivas conformam um envolvimento audiovisual de carácter notadamente espetacular, cujo excesso contribui para uma nova transformação do Modo de Representação Institucional (MRI). Assim, em lugar de nos distanciarmos da encenação, o que é evidenciado é um olhar centrado na tela hóspede onde se abrigam as diferentes multitelas alojadas. As imagens estabelecem *links* de continuidade para integrar o espaço diegético. A supressão da frontalidade, a proximidade visual, mas especialmente o centramento visual, obriga-nos a destacar o carácter centrífugo das imagens pós-clássicas (salienta-se que estamos renunciando ao termo *pós-moderno* em benefício de uma melhor clareza expositiva e discursiva).

No respeitante à encenação, o cinema de Haneke ajudar-nos-á a comprovar uma parilha de propriedades muito em destaque na sua cinematografia: o plano fixo contínuo e os enquadramentos vazios. Por um lado, o plano fixo contínuo possibilita produzir no espectador um *efeito de realidade* ao assimilá-lo à sua experiência de vida. A escolha maioritária de planos gerais ou de escala próxima, como trataremos de coligir, vinculam os personagens num ambiente doméstico, urbano, agressivo e desumanizado. Por outro lado, os enquadramentos vazios estão associados ao fora de campo¹¹⁶. Mas também a austeridade dos seus enquadramentos contrasta com os dois movimentos de grua numa angulação zenital que se mostra no início (quando Radu atravessa o rio) e no final de *71 Fragmentos para uma cronologia do acaso* (depois do estudante Maximilian B. ter cometido o assassinato múltiplo na filial bancária).

Na encenação existe o recurso ao fora de campo¹¹⁷ que é empregado como elemento motriz das imagens mentais, das imagens pensadas para e pelo espectador, ao rejeitar a sua representação audiovisual de maneira eloquen-

116. O cinema de Yasujiro ou de Migelangelo Antonioni apresenta este tipo de planos vazios. Os *pillow shots*, ou planos almofada, na terminologia de Noel Burch, são “a suspensão da presença humana, rumo ao inanimado, mas também o contrário, pivot, emblema, contribuição, a planura da imagem, composição pictórica”. In: *Pour un observateur lointain*, Cahiers du Cinema – Gallimard, pp. 175-176. Por sua vez, citado por Delleuze (1996:30).

117. Consideramos pertinente assinalar o facto de que no *atode* olhar, “a sua passagem ao ato poderia traduzir-se numa passagem do ser ao fazer-se (não é ser espectador, mas fazer-se, quer dizer, aceitar, subjetivar essa passagem pela qual o espectador se transforma num observador voluntário ao invés de ser a testemunha que o filme vincula a cada um” (Wajcman, 2001: 229).

te. Neste sentido, é mais significativo o que é insinuado que o mostrado. Por esta razão, podemos advertir que no cinema moderno as imagens apresentam um certo carácter invisível (tal expressão será considerada em termos metafóricos pois, evidentemente, a imagem pensada ou mental é elaborada pela consciência crítica e ativa do espectador). Explicando de outro modo, as imagens essenciais nunca serão apresentadas diretamente, mas sim de forma elíptica. Poderíamos afirmar que aportam “sempre um pouco da presença do que foi. Toda imagem é uma forma de denegação da ausência. No cinema existe, sem dúvida, essa parte fantasmagórica onde os corpos surgem como as sombras de corpos que foram”¹¹⁸. Por outro lado, no caso concreto de Haneke, a rejeição de encenar a violência pressupõe uma atitude decorosa, comprometida com o espectador perante a exibição descarada do cinema pós-clássico. O facto de negar a sua exibição não significa que nos impeça de pensar sobre a sua representação. Em *71 Fragmentos para uma cronologia do acaso*, a violência está fixada pelos dispositivos cinematográficos (neste caso, pela montagem e os fora de campo), com os quais se induz ao espectador onde estão os limites da representação, assim como de uma ética das imagens que consumimos.

Por último, regista-se uma característica em todos os filmes de Haneke, mas que aqui adquire um inusitado protagonismo: a montagem, que facilita a emergência do narrador implícito. A montagem deste filme dá pleno sentido às imagens eletrónicas dos telejornais, já que elas carecem de significação. A cadeia de notícias, cuja fragmentação constitui a natureza do discurso informativo, corre em paralelo àquelas outras de textura cinematográfica. Ambos os acontecimentos (os televisivos e os filmicos) são os que conformam, no final, o verdadeiro relato de ficção através da montagem. A coesão destes dois âmbitos narrativos ao final do filme possibilita reforçar a ideia da fragmentação *tão específica da televisão, cuja reflexão final nos aproxima da essência do Discurso Televisivo*:

118. WAJCMAN, Gérard, *El objecto del siglo*, Buenos Aires: Amorrortu Ediciones, 2001, p. 230.

“O dado empírico da constante fragmentação destes quando não é mais decisivo da indefinição de seus limites e, portanto, da sua própria identidade discursiva, nos obriga, em definitivo, a considerá-los como *fragmentos por sua vez fragmentados* dessa entidade discursiva que identificamos como o Discurso Televisivo (...) Curiosamente, no Discurso Televisivo, o lugar do sujeito da enunciação está vazio: nele ninguém fala e, no entanto, nele o desejo do espectador é constantemente falado – inclusivamente visualizado”¹¹⁹.

Isto explica porque o Discurso Televisivo acaba por esvaziar o sentido e gira sistematicamente um ruído variado e permanente, submetido a uma gigantesca fragmentação, mas também a uma constante banalização de conteúdos. Se a semiótica se ocupa da palavra pronunciada por alguém, por uma figura discursiva que se manifesta num sujeito da enunciação, em *71 Fragmentos de uma cronologia do acaso* evidencia o vazio dos enunciados informativos até se sujeitar no desenlace do relato hanekiano o sentido do discurso à montagem. Vejamos com mais detalhe todas estas considerações na sequência escolhida para desenvolver a microanálise.

2. Microanálise: os desígnios do acaso

71 Fragmentos de uma cronologia do acaso apresenta uma estrutura narrativa em forma de mosaico devido ao seu carácter coral: recolhe diversos personagens unidos pela arbitrariedade do acaso durante o massacre ocorrido numa filial bancária, mesmo antes de se celebrarem as festas de Natal em Viena. A trama mínima da narrativa encontra-se inspirada em factos reais graças a um par de crónicas difundidas pela televisão austríaca: a de um menino romeno, Marian Radu (Gabriel Cosmin Urdes), que atravessou ilegalmente a fronteira de seu país, chega à capital austríaca e solicita finalmente asilo; e a de um estudante de 19 anos, Maximilian B. (Lukas Miko) que assassinou três personagens (o vigilante, o ancião Tomek e Inge) num banco para logo se suicidar no interior do seu carro. Estes dois personagens,

119. GONZÁLEZ REQUENA, Jesús, “Un mundo descorporeizado. Para una semiótica del discurso televisivo”, *Revista Contra-campo* nº 39, Valencia: Instituto de Cine de Radio-TV de Valencia, 1985, pp. 10-12.

por sua vez, surgirão respetivamente em reportagens televisivas. Michael Haneke, sendo coerente com a sua metodologia criativa, volta a servir-se de acontecimentos verídicos para questionar a representação da realidade. O próprio cineasta afirma numa entrevista:

“Não tenho nenhuma imaginação. Posso relacionar as coisas entre elas, mas dependendo totalmente do concreto. Se não se guia pelo concreto, se não se é preciso na restituição desse concreto, tudo se evapora rapidamente. Aí fica-se nalgó vago que não chega às pessoas”¹²⁰.

O filme encontra-se estruturado em cinco partes balizadas por uma série de datas relativas ao ano de 1993: 12 de outubro, 26 de outubro, 30 de outubro, 17 de novembro e 23 de dezembro. Cada uma surge em legendas brancas sobrepostas às notícias bélicas emitidas nesse dia na televisão, ou seja, são definidas, ao modo rosselliniano, como meras testemunhas das vicissitudes da produção fílmica de Haneke. O filme inicia com uma breve nota para a imprensa, informando o espectador sobre uma notícia que todos ficarão a conhecer no momento culminante do filme: “No dia 23 de dezembro de 1993, Maximilian B., um estudante de 19 anos assassinou três pessoas numa filial bancária e suicidou-se pouco depois com um tiro na cabeça”.

A partir da perspetiva formal e estrutural, *71 Fragmentos de uma cronologia do acaso* estabelece um enorme paralelismo com *O sétimo continente*. As sequências, com mais ou menos desenvolvimento, são interrompidas de forma brusca e seca por imagens a negro, que interrompem a lei de continuidade¹²¹ imposta no cinema hegemónico. As ações e as situações dos personagens são mostradas a partir de fora, de uma instância narradora externa que é incapaz de aceder aos sentimentos e pensamentos dos personagens. Apenas

120. Declarações retiradas do *making Of de Código Desconhecido*, intitulado *Filming Haneke* (2000) e realizado por Yves Montmayeur para Mélange/MK2 Productions. Essa entrevista pode ser vista nos extras do DVD comercializado por Avalon e MK2. É curioso e paradoxal que cineastas como Rossellini ou Kiarostami também reconheçam a sua fraca capacidade de enfabulação, valorizando mais o demonstrativo do que o narrativo. Não obstante, estes distanciam-se completamente dos critérios estéticos de Haneke.

121. Essa fórmula em Haneke, é invertida, isto é, usualmente é apresentado o efeito antes da causa. Deste modo, o espectador, conforme avança no relato, compreende a causa narrativa de tal efeito. Veja-se, no início, por exemplo, quando o garoto romeno chega à capital: na entrevista televisiva explica com lá chegou.

mostra as suas angústias, os seus gestos, as suas conversas, os seus silêncios, a sua solidão, as suas dificuldades de comunicar com os demais; mas Haneke minimiza qualquer compromisso empático e exclui todo tipo de explicação psicológica. Os personagens são quase anónimos, apenas os identificamos, os reconhecemos, pelos seus costumes domésticos; as suas situações vitais são tão comuns como as nossas no dia a dia.

Assim, por um lado, *71 Fragmentos de uma cronologia do acaso* parece ser uma extensão da primeira longa-metragem de Haneke e constitui-se como um prolongamento natural do mesmo, mas o retrato dos protagonistas é mais abstrato. Por outro lado, também cremos que a projeção metatextual¹²², da qual se utiliza para transcender o filme, provém de *O vídeo de Benny*. Cabe recordar que este filme apresentava uma dialéctica entre as imagens de vídeo que gravava Benny e outras que formalizava o cineasta alemão-austriaco. Comparava-se o cinema de consumo com as insubstanciais imagens de Benny, e isso era cristalizado na conclusão do filme de Haneke. Por sua vez, estas eram confrontadas pelo cineasta bávaro mediante a organizada narração fragmentária da família. Quando Haneke coloca a sua assinatura no genérico final de *O vídeo de Benny*, a câmara de vigilância converte-se em metáfora visual do relato hegemónico. Trata-se de equiparar as imagens que Benny foi gravando com o seu vídeo de modo convulsivo sem nada conseguir simbolizar com elas.

Neste terceiro filme, Haneke escolhe as imagens televisivas como exposição discursiva direta. *O sétimo continente* terminava com o televisor absorvendo o personagem nos seus angustiantes momentos finais. Pudemos comprovar que o vampirismo da tela televisiva ameaçava o espectador mediante a localização da câmara num plano subjetivo tomado pelo olhar do pai, George (Dieter Berner), até confundi-lo com um enquadramento objetivo. Assim, convertia o contra-campo espectral num espaço inicialmente heterodiegético (que provém da sala do espectador) para simular um todo homogéneo por intermédio da montagem e o combinar com as diferentes

122. O espectador é quem olha diretamente para as imagens eletrónicas e, portanto, Haneke, cria a aparência de que é ele quem observa a televisão no interior do suposto universo ficcional.

texturas visuais (veja-se o cinema-vídeo). Deste modo, o espectador pode inferir a projeção metatextual. Justamente, no seu terceiro filme, as imagens televisivas chegam a ocupar toda a tela cinematográfica seguindo a lógica (e a textura) visual que estabelecia o desenlace de *O sétimo continente*. Não obstante, as convergências não acabam aqui; no final do primeiro filme ilustrava-se uma nota à imprensa sobre o suicídio coletivo da família e em *71 Fragmentos de uma cronologia do acaso* abre com uma introdução visual semelhante (fundo negro com grafia de cor branca e simples) e igualmente se apresenta um facto jornalístico (suicídio e crime).

A sequência da nossa microanálise reporta à do dia 30 de outubro. Constitui o penúltimo bloco narrativo. Tanto este segmento como o que encerra o filme, o do dia 17 de novembro do mesmo ano, são mais curtos que os anteriores: duram seis minutos. A mudança de ritmo precipita os acontecimentos, já que nas primeiras datas existe uma cadência pausada e demorada. Nesta cena ocorre a interação dos personagens da ficção graças à entrevista realizada com o menino na televisão austríaca. Até este momento, o garoto registava um grande protagonismo nesta narração coral (o casal Brunner, o vigilante de segurança do banco, Radu, o estudante Maximilian e Annie). Contudo, após a entrevista, Radu terá uma menor presença narrativa. Assim, as referidas imagens produzirão uma alteração na estrutura global do filme, pois nos proporcionarão um sentido mais complexo ao conceder-lhes o mesmo nível¹²³ que apresentam os telegornais vistos até esse momento. Vejamos todas estas considerações de forma concreta na entrevista ao menino romeno. Para isso, necessitamos da *découpage* com o objetivo de ponderar as particularidades da montagem.

123. Os espectadores veem esta sequência como os seus protagonistas. Salienta-se, portanto, como os noticiários se convertem em parte do próprio universo narrativo, mas igualmente do tecido estrutural do relato. Cria-se assim, um outro relato que devora e envolve todos os outros. Apesar disso, Haneke, tem cautela ao expor qualquer tipo de valoração ou justificação moral relativamente às peças jornalísticas.

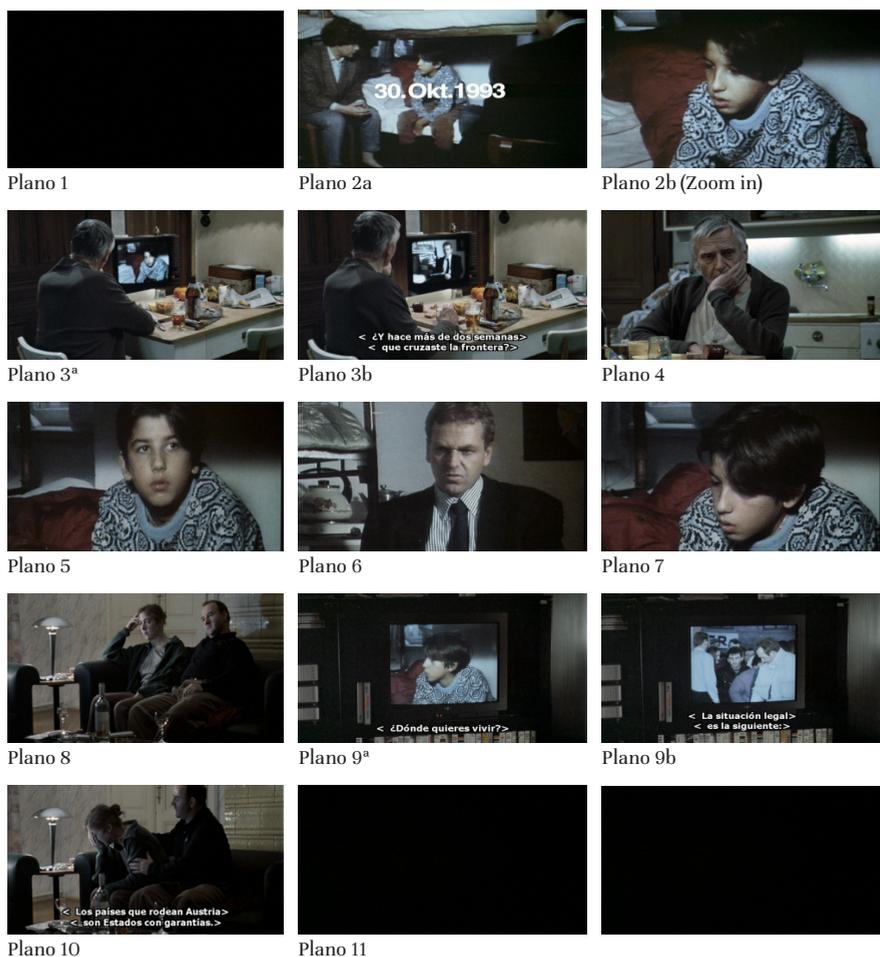


Figura 73

Os **planos 1 e 11** são imagens a preto, proporcionando autonomia à unidade sequencial em relação às que a precedem e a sucedem. Por um lado, enfatizam o caráter fragmentário do relato, proporcionam uma natureza autónoma, em clara conjugação com os jogos do Tangram e do Mikado que surgem como evidentes sinais auto-referenciais, já que são metáforas visuais da estrutura do filme. A fragmentação também responde a uma ideia bressoniana:

“Mostrá-lo totalmente condena o CINEMA ao clichê, obriga-o a mostrar as coisas como todos estão acostumados a vê-las. Caso contrário, pareceriam falsas ou afetadas (...) O real não é dramático. O drama nascerá de uma progressão de elementos não dramáticos”¹²⁴.

Por outro lado, a fragmentação que proporcionam as imagens a preto também potencializa o distanciamento dramático. Interrompe de forma brusca qualquer possibilidade de desenvolvimento psicológico dos personagens. A sequência termina com uma cena de enorme intensidade emocional: o casal Brunner está assistindo à entrevista do menino romeno e a mulher, Inge Brunner (Anne Bennent), tem uma crise, começa a chorar desconsoladamente (**plano 10**). Nesse momento, Haneke interrompe bruscamente a ação para anular, mediante a imagem a preto, o efeito empático.

Do **plano 2** ao **10** é possível comprovar uma harmonia escalar de planos. Todos são abertos e variam entre o plano geral curto e o médio. Somente existe um mais fechado, um grande plano (7) e corresponde ao momento em que Radu (Gabriel Cosmin Urdes) relata a sua vida anterior à chegada a Viena: “Não. Fugí do orfanato há dois anos. Era de uma banda perto da estação, havia adultos. Eles eram a minha família. No princípio, corria muito bem, mas tudo ficou muito difícil. Dois amigos meus morreram, por isso não quis ficar lá.” É o único momento de fragilidade, confessa a morte de seus amigos convertidos na sua família simbólica. Todas as imagens da entrevista televisiva são apresentadas com o grão elétrico da televisão. De maneira que a referida textura visual contrasta com a gélida e sombria plástica das imagens em 35 mm (**planos 3, 4, 8 e 10**).

Do **plano 7** ao **8**, por sua relação de contiguidade, sugere-se uma conexão entre estes personagens, coisa que sucederá um pouco mais à frente no filme. O casal Brunner acolherá Radu graças à reportagem jornalística. Numas sequências posteriores, o menino será levado no carro de Inge Brunner (Anne Bennent) pelas ruas de Viena, precisamente nas vésperas natalícias. Os dois

124. BRESSON, Robert, *Notas sobre el cinematógrafo*, Madrid: Ediciones Ardora. Edição e tradução de Daniel Aragón Strasser, 2007, pp. 73-74.

estão re-enquadrados sobre o espelho dianteiro do carro e, ao longo do trajeto urbano, rodeados de efeitos luminosos de Natal, a mulher ensina-lhe algumas palavras alemãs: *Stern* (estrela), *Weihnachtsstern* (estrela de Natal), *Menschen* (pessoas), *Tu, Mensch* (tu, pessoa), *Ich, Mensch* (eu, pessoa), *Das Mensch* (eles, pessoas). O menino parece impressionado pelo que vê na rua e vai repetindo algumas expressões. As palavras surgem conforme as veem no exterior, mas tudo isso se encontra no fora de campo, em nenhum momento é mostrado o que estão olhando e sinalizando. Mediante o olhar da criança e da mulher, também se pode deduzir uma clara analogia simbólica. O facto de que se tenha sugerido uma equiparação entre os elementos do exterior e os personagens obriga-nos a pensar nas conexões com o discurso fílmico: a sociedade de consumo, o destino de cada um (a morte de Inge no desenlace do filme e a solidão do garoto mostrado ao longo de todo o filme), a confortável responsabilidade dos pais adotivos ao escolher Marian Radu em lugar de Annie (a menina autista com sérios bloqueios emocionais).

“Não é natural, parece um adulto”, adverte Paul Brunner (Udo Samel) no **plano 8**. Sabemos que o programa televisivo não é real, mas simulado. O menino é parte da ficção Hanekiana e, portanto, foi apresentado mediante as mesmas rotinas televisivas. No **plano 2a** o espectador constata a equivalência da ficção fílmica com os telejornais apresentados anteriormente ao incorporar-se a data (30 de outubro de 1993) e a textura televisiva. Do plano geral curto, em **2a**, passamos ao **2b** mediante um *zoom in*, para um plano médio curto de Radu, sentado num beliche junto a uma tradutora romena e ao jornalista. “Dei dinheiro ao camionista”, conta o menino, “...mendigava e roubava...” (...) “Só me levou até à fronteira austríaca.” “Era muito perigoso... fazer-me passar a fronteira.” Em *off*, o jornalista pergunta-lhe: “Quanto tempo levou para juntar o dinheiro?” E o menino responde: “Uns meses, também tinha que comer.” “Não me prostituí”. Estas primeiras declarações indicam o prematuro amadurecimento de Radu. O *zoom* à frente é apresentado como um recurso estilístico mais próprio do meio televisivo que

do cinema de Haneke, já que ele nunca utiliza esta técnica. Mas, graças ao referido efeito ótico, foi possível dar um maior realismo e verosimilhança às imagens televisivas.

Não podemos esquecer que a entrevista ocorre no instante em que se fundem os dois registos da ficção: o fílmico e o televisivo. De tal modo que o relato televisivo pode ser visto sob a mesma categoria dramática que o cinematográfico. Ao longo do filme (em 35 mm) seguimos o menino e, neste ponto, as imagens televisivas convertem-se numa *mise en abîme diegetizada*, mas também *discursiva* porque nos possibilita compreender as reais intenções do sujeito de enunciação. O fora de campo heterogéneo (encarnado pelo espectador, que é quando se produz a *mise en abîme discursiva*) reforça a união de ambos os níveis narrativos através do **plano 2 (a e b)**. Recordemos que na segunda reportagem televisiva, apresentada nos últimos minutos do filme, surge o estudante Maximilian B. (Lukas Miko) como protagonista da notícia do massacre na filial bancária e o referido telejornal televisivo é uma figura retórica, já que funciona como uma operação metatextual e auto-referencial.

No **plano 3 (a e b)** encontramos o senhor Tomek (Otto Grünmandl) jantando na cozinha, assistindo à entrevista de Radu na televisão e de costas para a câmara. Chama-nos a atenção que aqui se efetua um *raccord* de olhar ao passar do **plano 2** ao **3**, mas também ocorre o mesmo com o **5** e o **6**, o plano médio do menino e o jornalista. O jornalista pergunta como ele chegou até à esquadra no **plano 3b**: “Há duas semanas que você atravessou a fronteira?” (...) “Por que não foi antes à polícia para pedir ajuda?”. O menino responde em *off*: “O camionista disse que se me apanhassem e eu não falasse alemão, me expulsariam daqui”. Os **planos 5 e 6** igualmente respondem à lógica da imagem, ao estar submetida à relação campo/contra-campo em correspondência com o *raccord* de olhares de ambos os personagens. A mencionada sintaxe corresponde à gramática do cinema hegemónico, em nenhum caso ao cinema moderno. Portanto, pelo facto de terem sido diegetizadas as imagens eletrónicas, o espectador as equipara ao mesmo nível dramático das

imagens apresentadas em 35 mm. O *raccord* de olhares, junto à contiguidade do **plano 4 e 8**, por corte direto com as imagens televisivas, chega a envolvê-los e a considerá-los parte integrante da mesma ficção.

O jornalista volta a intervir em *off* durante os **planos 5 e 6**: “Como você sobreviveu?”. E o menino Radu responde com aprumo: “As pessoas não têm cuidado, é muito fácil roubar”. Durante esta parte da entrevista, o televisor encontra-se no domínio da ficção, cobre toda a tela, no entanto, no **plano 3 (a e b)** adquire um efeito de re-enquadramento. Desta maneira, voltamos a encontrar uma *mise en abîme diegetizada* para indicar o destino dos personagens: o senhor Tomek e Radu se cruzarão no banco antes da matança. Após a tragédia, o menino voltará a ficar sozinho, em vão esperando no carro pela chegada da senhora Inge, que foi uma das vítimas do assassinato múltiplo.

O plano médio frontal (o **4**) apresenta o ancião vendo a entrevista em *off* de Radu: “Onde você dormia?”. O menino romeno responde imediatamente: “Em casas vazias”. O jornalista continua interessando-se pela sua sobrevivência: “Não tinha frio?...” A enunciação de todas estas palavras vem explicar a solidão do menino protagonista que, por sua vez, é associada com a do senhor Tomek. Ao longo do filme é mostrado o ancião em sua casa completamente sozinho e incapaz de se entender com sua família. Neste sentido, observa-se o longo plano fixo contínuo de oito minutos onde ele, com a companhia da televisão, mantém uma longa e difícil conversa com a sua neta e a sua filha (que, por sua vez, trabalha no banco onde se desencaideia a tragédia final).

Quando chegamos ao plano **9 (a e b)**, vemos um plano médio longo do televisor que se converte em objeto diegético/doméstico do casal Brunner. No interior do mesmo, ainda continua Radu respondendo às perguntas do jornalista, em *off*: “Onde quer viver?”, e Radu responde: “Não sei muito bem, mas disseram-me que, de qualquer modo, não posso ficar aqui... Se me mandam ir embora, voltarei nalguns meses”. Depois destas declarações aparecem umas imagens nas quais se vê um guarda que abre uma porta onde se descobrem imigrantes. Simultaneamente, ouve-se em *off*: “Que Marian

Radu fique na Áustria depende dos Serviços de Imigração. A situação legal é a seguinte...”. O último plano de ficção desta breve sequência apresenta o mesmo enquadramento que o do **plano 8**, onde se continua ouvindo a reportagem televisiva em *off*: “...Os estrangeiros que entrem clandestinamente...” Inge se aproxima para pegar um copo, mas deixa-o cair por um descuido. Paul ajuda-a, enquanto a reportagem continua informando: “... e que procedam dos chamados Estados com garantias...” Inge começa a chorar e Paul trata de a acalmar. O *off* do noticiário prossegue: “...não têm direito de asilo. Os países que rodeiam a Áustria são Estados com garantias. Além disso...” É neste ponto que subitamente se interrompe a ação para nos surgir a imagem a preto que fecha a sequência. A seguinte aparição do casal será nos escritórios dos Serviços de Imigração, onde acolherão Radu temporariamente. Assim, a televisão vai proporcionar uma continuidade narrativa com estes personagens: o casal aceitará tutelar Radu. Aqui, passamos da ficção televisiva à cinematográfica. Contudo, no desenlace, ocorrerá o processo inverso com a intenção de articular uma estrutura em caracol, uma *mise en abîme* que fortalecerá a metatextualidade do filme.

Em suma, a estrutura fragmentária do filme ilustra a desintegração social: não existe um sentimento comum de solidariedade, mas sim de *stress*, de frustração e de hostilidade. Não há uma ideia de comunidade, já que cada grupo de pessoas, ou cada indivíduo está isolado dos demais. As cenas ou os momentos carecem de uma conexão entre o que vai para a frente e o que vai para trás. Em suma, a sociedade está tão abalada como cada um dos personagens, no qual abunda a dificuldade de se comunicar com o outro. As quebras registadas a preto cumprem o efeito de anular qualquer possibilidade de identificação com os personagens, frustram a mínima expectativa. Assim, o efeito brechtiano das imagens a preto constitui-se numa característica formal significativa no cinema de Haneke (não em vão podemos vê-lo nos seus trabalhos anteriores).

Por outro lado, a metatextualidade proporciona uma projeção que transcende o relato com fins discursivos. Ao ser integrada a reportagem televisiva no interior da ficção, gera-se uma ideia muito mais ampla, já que se assemelha

às notícias reais da Guerra de Sarajevo e ao suposto maltrato infantil de Michael Jackson, sugerindo uma *mise en abîme* discursiva. Com isso, pode advertir-se que as vidas das pessoas comuns também se convertem em protagonistas das notícias, sendo estas também parte desse carrossel de imagens sem fim, integradas e assumidas por uma sociedade de consumo completamente saturada de imagens.

Após a aparição de Radu na televisão o seu protagonismo ficará mais diluído em proveito do jovem estudante (chamado Max), que será quem provocará o desenlace narrativo, a tragédia coletiva e, por sua vez, será objeto de um olhar negativo sobre as extremas derivações da sociedade capitalista, de consumo, num espaço plenamente simbólico: uma filial bancária. O pessimismo de Haneke fica patente ao expor um final sem desenlace algum, nem catarse libertadora. As últimas imagens (as televisivas) não dão lugar a qualquer dúvida, subsumiram as outras, que apresentavam uma especificidade ficcional e que também foram equiparadas e integradas na máquina catódica letal.

A modo de conclusão

Tentámos destacar um dos aspetos mais importantes do cinema moderno: a sua reflexividade no seio de um filme, na medida que fala de si próprio, dos seus mecanismos de representação e das suas características significantes. A meta-discursividade possibilita evidenciar a presença do meganarrador, uma figura abstrata que não corresponde ao autor real, mas sim ao sujeito da enunciação que, por sua vez, se dirige abertamente a um enunciatário (o espectador) através de um texto fílmico aberto a múltiplas leituras narrativas. Daí que o saber deste autor implícito seja restritivo aos domínios da diegese. A sugestão, a insinuação ou a provocação visual e narrativa são alguns dos recursos expressivos que explora para salvar a sua limitação. Toma consciência de uma realidade que transborda os limites do enquadramento e que é impossível representar de maneira completa. Por isso mesmo, se vê obrigado a empregar a metáfora, a metonímia ou a perífrase. Do mesmo modo, reflete sobre a materialidade fílmica para a confrontar com a realidade. A

modernidade cinematográfica caracteriza-se, entre outros aspetos, pelo desenvolvimento do *fora de campo negado ou não atualizável*, em contraste com o cinema clássico contemporâneo, que supunha uma enorme profusão de imagens e de ações dramáticas. Aqui, o fora de campo adquire uma nova dimensão: é potencializado até limites inimagináveis graças à possibilidade de estender o tempo no espaço e/ou vice-versa. Simultaneamente, perante a lógica visual imposta pela diegetização do olhar, o cinema moderno encontra-se com a imagem pensada, aquela que é denegada e que, através da emergência de algumas marcas enunciativas, como a interpelação imediata, revela a presença do meganarrador e convida o espectador a que seja ele quem constrói a sua projeção simbólica, elabore o sentido das imagens do filme. Não existe outra forma para contemplar um dos finais mais comovedores do cinema moderno: o do momento em que o estremecido cineasta, chamado A. (Harvey Keitel), mera cópia do narrador implícito em *O olhar de Ulisses (To Vlemma tou Odyssea*, Theo Angelopoulos, 1995), contempla a tela branca e vazia. Um olhar que é dirigido a nós, os espectadores, que ocupamos o lugar da tela (a modo de contra-campo espectral) diante do qual está sentado A. A partir da sala escura, recebemos ávidos relatos, a generosa transmissão de uma experiência e de uma palavra plena. O último plano do filme que evoca o regresso de Ulisses a Ítaca no poema de Homero, conduz-nos aos relatos fundadores, os que nos vinculam ao conhecimento do ser humano.

Bibliografía

- BAZIN, André, *¿Qué es el cine?*, Madrid: Rialp, tradução de José Luis López Muñoz, 1966.
- BRESSON, Robert, *Notas sobre el cinematógrafo*, Madrid: Ediciones Ardora. Edición y tradução Daniel Aragón Strasser, 2007.
- DELEUZE, Gilles, *La imagen-tiempo. Estudios sobre cine 2*, Barcelona: Paidós Comunicación, tradução de Irene Agoff, 1996.
- GÓMEZ-TARÍN, Francisco Javier, *Discursos de la ausencia. Elipsis y fuera de campo en el texto fílmico*, Valencia: Ediciones de la Filmoteca, 2006.

- GÓMEZ-TARÍN, Francisco Javier, *Elementos de Narrativa Audiovisual. Expresión y Narración*, Santander: Shangrila Ediciones, 2011.
- GONZÁLEZ REQUENA, Jesús, “Un mundo descorporeizado. Para una semiótica del discurso televisivo”, *Revista Contra-campo* n° 39, Valencia: Instituto de Cine de Radio-TV de Valencia, 1985.
- JOST, François, “Discours cinématographique, narration: deux façons d’envisager le problème de l’énonciation”, em *Théorie du film*, Aumont, Jacques y Leutrat, Jean – Louis, (comps), Paris: Albatros, 1980.
- KRACAUER, Sigfried, *Teoría del cine. La redención de la realidad física*, Barcelona: Paidós Comunicación, tradução de Jorge Hornero, 1989.
- PALAO ERRANDO, José Antonio, “Hiperencuadre/Hiperrelato: Apuntes para una narratología del film postclásico”, em *I Congreso Internacional de la Red Iberoamericana de Narrativas Audiovisuales (Red INAV) y III Encuentro Iberoamericano de Narrativas Audiovisuales “Narrativas Audiovisuales: convergencia mediática transnacionalización e intercambio cultural”*. 23-25 de maio. Málaga e Sevilla: 2012.
- WAJCMAN, Gérard, *El objeto del siglo*, Buenos Aires: Amorrortu Ediciones, 2001.

O NAMORO COM A MORTE. EROS, TANATOS E KERES NO CINEMA ESPANHOL CONTEMPORÂNEO (ANÁLISE DAS “SEQUÊNCIAS-PARADIGMA” DE CAMINO, MAR ADENTRO E 3 METROS SOBRE EL CIELO)

Agustín Rubio Alcover / Universidade Jaume I de Castellón

Todo mundo deve ter uns eternos dezasseis anos. Tem que ser bonito, jovem, atlético, estar bronzeadado, sorrir e seguir o ritmo. Tem que se divertir, mas com obediência e disciplina debaixo do sol. A roupa deve ser apertada (...) Este culto organizado à juventude lembra *O triunfo da vontade* de Leni Riefenstahl ou as esculturas de Arno Breker.

Frederic Beigbeder, *13'99 euros*¹²⁴

Para lá dos conceitos fundamentalistas e segregacionistas dos estudos cinematográficos, é cientificamente benéfico explorar as posições intermédias. Não tanto por pruridos de correção política ou de equidistância (isto é, não por oportunismo), mas porque podem conduzir a resultados muito instrutivos. Nesse contexto, o presente artigo visa conciliar a análise textual com uma abordagem focada na ótica culturalista, sobre como as imagens da dicotomia vida/morte (às vezes pacífica, outras, violenta) se encontram patentes no cinema espanhol contemporâneo. Tal conciliação será realizada através do estudo sistemático de um tipo narratológico concreto, o da *sequência-tipo* ou *sequência-paradigma*, cuja variante nos pode conduzir a alguns matizes.

124. N.T.: no Brasil este livro apresenta a seguinte referência: BEIGBEDER, Frederic, \$29, 99, Rio de Janeiro: Editora Record, 2003.

A título de esclarecimento, desejo que conste claramente que estou consciente de que não há nenhuma novidade nesta proposta. Outra coisa não desejo que aplicar as melhores metodologias, já testadas, ensaiadas há décadas, num fragmento estudado e que não se trata, necessariamente, de um produto inovador. A discussão sobre o tema é abundante, no entanto, é interessante *atualizar* esses procedimentos (no sentido etimológico: mencionar os formatos para o público espanhol, principalmente juvenil), e explicar a emergência de certos modismos na linguagem audiovisual. A partir desta explicação, outros estudos teóricos, históricos e práticos surgirão.

Como ponto de partida, perfilamos a proposta-modelo, formulada por Marzal e Gómez-Tarín¹²⁵ sobre a análise do filme. O segundo autor, Gómez-Tarín (coordenador, na ocasião, do presente volume), aprofundou recentemente seus estudos em tal segmento, seguindo a linha de um dos trabalhos que o inspirou, com Marzal: a da análise *microanalítica*, que sistematizou Santos Zunzunegui há quase vinte anos¹²⁶.

Particularmente, desejamos fazer eco de uma interrogação retórica que os autores formularam perante os ataques à análise protagonizados a partir de certos setores dos estudos culturais:

[...] “caberia questionar até que ponto estes estudos centrados na análise dos mecanismos enunciativos que explicam o significado dos filmes, resultam excludentes na hora de explicar a vida nestes textos em relação ao contexto sociológico, histórico, económico, tecnológico e estético. Um erro de partida na formulação inicial desta obra, muito elementar por outro lado, é o de assumir que os chamados “estudos de tela” ignoram, na sua natureza, a ponderação das condições de produção, distribuição e exibição dos filmes”¹²⁷.

125. MARZAL FELICI, Javier y GÓMEZ-TARÍN, Francisco Javier, *op. cit.*

126. ZUNZUNEGUI, Santos, *La mirada cercana. Microanálisis fílmico*, Barcelona: Paidós, 1996.

127. MARZAL FELICI, Javier y GÓMEZ-TARÍN, Francisco Javier, *op. cit.*, p. 2.

Neste sentido, participamos e seguimos os autores no seu desacordo (tácito) sobre a incapacidade da *análise imanentista*, centrada na “materialidade da forma fílmica”¹²⁸. Não pela coincidência com Zunzunegui, mais recentemente na classificação de “ameaças” do “fetichismo do dado empírico”, do “fetichismo do contexto” e do “retorno do biografismo”, posto que defendemos com humildade, mas também com absoluta contundência, que uma análise que faça omissão de forma premeditada e sistemática dos factores anteriormente referidos não nos leva a resultados parciais, mas a um caminho em direção ao equívoco.

De forma coerente com a sua premissa, Gómez-Tarín (desta feita com um terceiro pesquisador, Iván Bort Gual) busca a sistematização. De facto, o método original de Zunzunegui deixava nas mãos do analista a decisão pela sequência mais digna de ser analisada. Dessa determinação dependem as conclusões, já que, como parece óbvio, nem todas as cenas de uma narrativa/espetáculo “jogam da mesma maneira”, quer narrativa, expressiva ou discursivamente. Caso se aceite este argumento, então o leitor concordará que a proposta deixa à intuição do analista uma ampla margem de manobra. Por outras palavras: até a cena mais simples possui importância e potencial valor analítico; contudo, nem todo fragmento possuirá a mesma riqueza.

Para escapar aos perigos da arbitrariedade e do impressionismo, não é absurdo explorar critérios para selecionar as sequências que merecem ser estudadas; se não neutras, ao menos que emanem das qualidades intrínsecas do próprio filme. Contudo, neste ponto, gostaria de chamar à atenção para uma significativa coincidência (e que estabelece um motivo para se terem precauções relativamente ao afã que, explicitamente, sustenta este texto): um dos aspectos que merece uma crítica mais profunda do cinema contemporâneo consiste na obsessão em se adequar a certos padrões pré-definidos, que, não por casualidade, tanto consistem numa estudada construção, na qual nada escapa a uma lógica de causas e consequências fortemente doseadas, como numa perseguição, até à morte, como num ideal

128. ZUMALDE ARREGI, Imanol, *La materialidad de la forma fílmica. Crítica de la (sin)razón posestructuralista*, Bilbao: Universidad del País Vasco, 2007.

produtivo, técnico, estético e conceptual de uma intensidade arrebatadora (com duas dimensões, a de uma história, que será *bigger than life*, e a de um espetáculo, que deve ser total).

Nos referíamos no início do parágrafo anterior a um efeito espetacular e, de facto, estamos conscientes de que, por detrás do propósito de isolar a cena por excelência, e de a espremer para verificar até à última gota de suco analítico que ela possa conter, permeiam os mesmos princípios de quem assim concebe e executa o ato fílmico ou, no mínimo, o seu início em relação aos referidos objetos implica automaticamente o risco de contágio. Bort Gual e Gómez-Tarín estão conscientes deste aspeto, como demonstra o facto de que, quando se dispõem a caracterizar o seu objeto, reconhecem que podem resvalar numa análise depreciativa que traz consigo uma carga de profundidade política:

“Preferimos denominá-las de *sequências-tipo* ou, se se preferir, para colocar etiquetas em conformidade com a vontade categorizadora de nossa insensata sociedade, de *sequências-paradigma*. Estes tipos devem orientar-se por uma série de condições que possibilitem o seu tratamento de forma isolada e para que seja possível aplicar as ferramentas da análise textual: devem formar um todo completo em si mesmo, com entidade global própria, com o seu início, desenvolvimento e desfecho. Devem possuir coerência interna plena e exemplificar o conteúdo geral do filme, isto é, o seu posicionamento ético diante do mundo e, precisamente, por reunir os requisitos anteriores, deve ser possível aceder a eles como um todo claro e analisável”¹²⁹.

O termo que complementa a categoria que propõem como sendo melhor, “paradigma”, remete – para qualquer iniciado na teoria e na prática de argumento (não por acaso, uma das disciplinas que dominam Bort Gual e Gómez-Tarín) – para o infalível esquema de um dos gurus da matéria, Syd Field. O autor de algumas obras essenciais (dito sem ironia por alguém que

129. BORT GUAL, Iván y GÓMEZ-TARÍN, Francisco Javier, *La vida y nada más*, Santander: Shangrila, 2012, p. 111.

não participa do descrédito geral deste autor que, com doses consideráveis de hipocrisia e cinismo, se pratica por estes lares) como *El libro del guión*, *Cómo mejorar un guión*, *Prácticas con 4 guiones* ou *El manual del guionista*, propõe diversas maneiras para fundamentar a eficácia universal da sua conceção aristotélica da estrutura narrativa:

O *paradigma* funciona.

(...)Todos os bons guiões se ajustam ao paradigma?

Sim.

(...)

O *paradigma* funciona.

É o *fundamento* de um bom guião¹³⁰

(Os espaços entre parágrafos, as notações em itálico e a repetição pertencem ao original).

O mencionado “paradigma” estabelece que um relato canónico requer três atos (a saber, primeiro, o da formulação, depois, o da confrontação ou da verificação e terceiro ato é o da resolução) à razão de trinta, sessenta e trinta páginas respetivamente (ou em proporções semelhantes). Para além disso, é necessário que exista um ponto intermédio, que irá *rimar* em sentido contrário com o desfecho; e “nós” de trama, no final do primeiro e segundo ato (com extrema precisão, entre as páginas 25 e 27 e entre a 85 e 90, cada um), que atuem como catalisadores das transições entre os três grandes blocos.

Como de costume, o mais interessante na hora de apreciar estas fórmulas mágicas pragmáticas, mais que adicioná-las à totalidade, consiste em confrontá-las com a realidade do que se projeta e se reproduz nas nossas telas. O certo é que a experiência não pode resultar mais destrutiva para os críticos de Field, porque... “o *paradigma* funciona”, tanto no modelo *mainstream* como, salvo algumas exceções, entre quem levanta a bandeira da heterodoxia (com dupla *arrogância*). Esse pressuposto de modo algum dá razão a este *mestre* nem a outro, como Robert McKee, mas legitima a validade das formulações aristotélicas, às quais nos referimos anteriormente.

130. FIELD, Syd, *El libro del guión*, Madrid: Plot, 1994, pp. 16-17.

Mas o “*paradigma*” pertence ao filme como um todo orgânico, enquanto a *sequência-paradigma* implica uma dificuldade adicional, por conter o princípio da(s) lógica(s) do filme, ao mesmo tempo que sustenta uma certa auto-suficiência. Bort Gual e Gómez-Tarín, que utilizam a categoria a propósito de *Million Dollar Baby* (Clint Eastwood, 2004) e *True Grit*¹³¹, (Joel e Ethan Coen, 2010), concedem-lhe um “ponto de privilégio semântico”. Talvez as imagens que melhor resumam a mecânica da *sequência-paradigma* sejam as das caixas chinesas e as das matrioskas (ou bonecas russas): peças ocas em cujo interior habitam peças idênticas, de menor tamanho, sendo que a menor é uma mera reprodução, em escala perfeita, de suas irmãs mais velhas.

Recorremos às comparações das caixas chinesas e das matrioskas não somente por sua fácil compreensão, mas também pela sua condição de ícones da forma poética pós-moderna inteiramente dependente de todo o tipo de recursos e de subterfúgios para evitar a crise do relato enquanto tal. E a *sequência-paradigma* não é exclusiva do pós-classicismo, mas como nos aventurámos na introdução, existe uma relação entre o seu auge e as estratégias narrativas contemporâneas.

A este respeito, convém fazer uma pausa e diferenciar a *sequência-paradigma* de outra peça tipicamente atual, a *set-piece*. Significativamente, e ainda que o último David Bordwell recorra a essa última classificação de forma insistente¹³², carecemos de definições académicas dignas. De facto, a explicação mais precisa e esclarecedora (pois destaca as diferenças entre a *sequência-paradigma* e *set-piece*) não nos apresenta nem a Wikipédia, nem o Google, mas sim um blog particular, o de Billy Mernit. Este guionista, professor e assessor, especializado na escrita de comédia contemporânea, cita (para corrigir) a resposta encontrada no primeiro *site* de busca do mundo, segundo o qual uma *set-piece* consiste numa “piece of scenery intended to stand alone as part of the stage setting” (o que se pode traduzir como “um fragmento cénico pensado para funcionar de maneira autónoma como parte da montagem”); pelo contrário, segundo Mernit, trata-se somente de “an often

131. N. T.: em Portugal, o filme estreou com o nome “Indomável”.

132. Confira-se em <http://www.davidbordwell.net/blog/>

brilliantly executed artistic or literary work characterized by a formal pattern” (ou seja, “uma criação artística ou literária frequentemente executada de maneira brilhante, caracterizada por algum tipo de esquema formal”).

Afirmávamos que uma das virtudes suplementares da reflexão de Mernit consiste não só na conceptualização da *set-piece*, mas também em fazer o mesmo com a *sequência-paradigma* e sinalizar a existência de um vínculo muito estreito entre ambas (de tal modo que a aceção que está sendo divulgada sobre a primeira consiste numa usurpação). Existe um claro parentesco entre os dois tipos, baseado na tendência comum à auto-suficiência; mas, assim como na *set-piece*, os componentes lúdico e espetacular se impõem totalmente sobre quaisquer outras considerações, já na *sequência-paradigma* as variáveis narrativa e discursiva competem com a estética. O que, convém dizê-lo, a vai transformar num desafio de ordem superior, que transcende o virtuosismo técnico-estético, e que o subordina (ou trata de conciliá-lo e justificá-lo) a uma dupla ordem superior: a da ilustração de um instante-chave do relato (geralmente, o ponto médio ou o clímax do desfecho); e a da transmissão inequívoca do sentido principal do texto.

Em suas últimas obras, David Bordwell empregou diversas vezes a expressão “*set-piece*”, associando a sua classificação aos usos narrativos de Hollywood contemporâneo; se bem que não a teorizasse e, de facto, a aplicasse na sua aceção secundária (e vulgar); por exemplo, na *Mision: Imposible III* (J.J.Abrams, 2006) ou em *The Dark Knight Rises* (Christopher Nolan, 2012). No caso espanhol, introduzindo definitivamente este tópico, servem como respetivos exemplos de *set-pieces* os títulos de genérico *Torrente 2: Misión en Marbella* (Santiago Segura, 2001) ou algumas cenas de *La gran aventura de Mortadelo y Filemón* (Javier Fesser, 2003)¹³³ nas quais o componente paródico e o valor da própria produção como expoente patriótico de uma variante internacional de moda chegam e sobram (a adaptação da ban-

133. Respetivamente alguns destes filmes estrearam em Portugal com os seguintes títulos:

a. *Mission Impossible III* – Missão Impossível III

b. *The Dark Knight Rises*: O Cavaleiro das Trevas Renasce

c. *Torrente 2: Misión en Marbella* Não teve exibição comercial em Portugal;

d. *La gran aventura de Mortadelo y Filemón*: Mortadela e Salamão - A Grande Aventura.

da desenhada – na qual se tende para um formato, o da vinheta e, no caso de Francisco Ibáñez, ainda mais para a brevidade e para a anedota – alicerçada no desenvolvimento de efeitos digitais). Ambos os filmes, de trama leve, contêm gags privilegiados, contudo mais independentes da frágil diegese que o resto. Isso sucede em segmentos estratégicos, caracteristicamente menos narrativos (os genéricos, o epílogo, etc.); exemplos que não só não desafinam, como se vinculam ao conceito.

A menção a Javier Fesser como um dos principais cultores na Espanha da *set-piece*, e a sua condição de realizador de *Camino* (2008), um dos três títulos que vamos analisar como paradigmáticos das *sequências-paradigma* (vale a redundância), vem destacar a sua simultaneidade, mas também as diferenças. Tanto em *Camino*, como em *Mar adentro*¹³⁴ (Alejandro Amenábar, 2004) e em *3 metros sobre el cielo* (Fernando González Molina, 2010), os fragmentos que vamos examinar estão localizados em momentos fundamentais para o desenrolar dos relatos e reúnem, portanto, os três requisitos citados (proeminência formal, ênfase dramática e eloquência ética). E o que resulta mais significativo é que dialogam em torno da contiguidade entre a vida e a morte com uma ordem que, se pode dizer, é a da combinação de duas célebres paráfrases: “*post jucundam juventutem animal triste*”.

Dessa forma, e em primeiro lugar, *Camino* relata a luta contra o cancro de uma menina com o nome do próprio filme (Nerea Camacho), cuja família, e em particular a mãe, Glória (Carmen Elías) e sua irmã mais velha, Nuria (Manuela Vellés), pertencem à Opus Dei. O filme inspirado no caso real de Alexia González-Barríos, mostra com indignação as manobras imorais pelas quais *Obra* vai se apoderando de modo lamentável dos protagonistas, até levar ao falecimento de Camino (e, por uma série de acontecimentos fatais, facilitar a morte do arruinado pai, José – Mariano Venancio – vítima de um acidente de trânsito num momento de convulsão moral), associando a perda a um milagre.

134. N. T. - Em Portugal, *Camino* e *Mar Adentro* foram exibidos com o mesmo nome. “3 metros sobre el cielo” foi exibido em Portugal com o título “3 metros acima do cielo”

O desaparecimento do progenitor de Camino dá-se de forma inesperada (cerca de 1 hora e 50 minutos, num filme com uma duração útil, genérico final excluído, de 2h15m), justamente no início do clímax do desfecho, no qual, aqui sim de maneira canônica, expira a protagonista. José vai ao hospital navarro visitar sua filha, que se encontra internada já em estado terminal. Leva consigo uma bandeja com seus doces preferidos e se distrai ao volante quando lê uma carta, com um coração desenhado, que o filho da dona da padaria, Jesús, lhe entregara. O garoto é conhecido como “Cuco” (Lucas Manzano), namorado de sua filha. A impactante cena consiste apenas de cinco planos, ao ritmo de uma música pop, que é brutalmente interrompida pelo choque frontal do carro com um camião, em cujas rodas fica preso.

Um pouco mais adiante, com uma elaboração formal e narrativa nos antípodas da eficaz simplicidade da tragédia anterior, tem lugar a cena na qual a vida de Camino se extingue. A cena dura cerca de 14 minutos e sustenta-se sobre uma montagem alternada entre quatro situações distintas, antagónicas: a primeira, a exibição da angustiante agonia vivida pela pequena; a segunda, a chegada de Nuria ao leito de morte, *in extremis*; a terceira, a fuga do seu primeiro amor da representação teatral na qual participava, ao sentir o sopro da morte, como se estivessem conectados por telepatia; a quarta, o baile dos dois, que ocorre na sua mente transtornada, num espaço idealizado, de um branco imaculado, a modo de *happy end*.

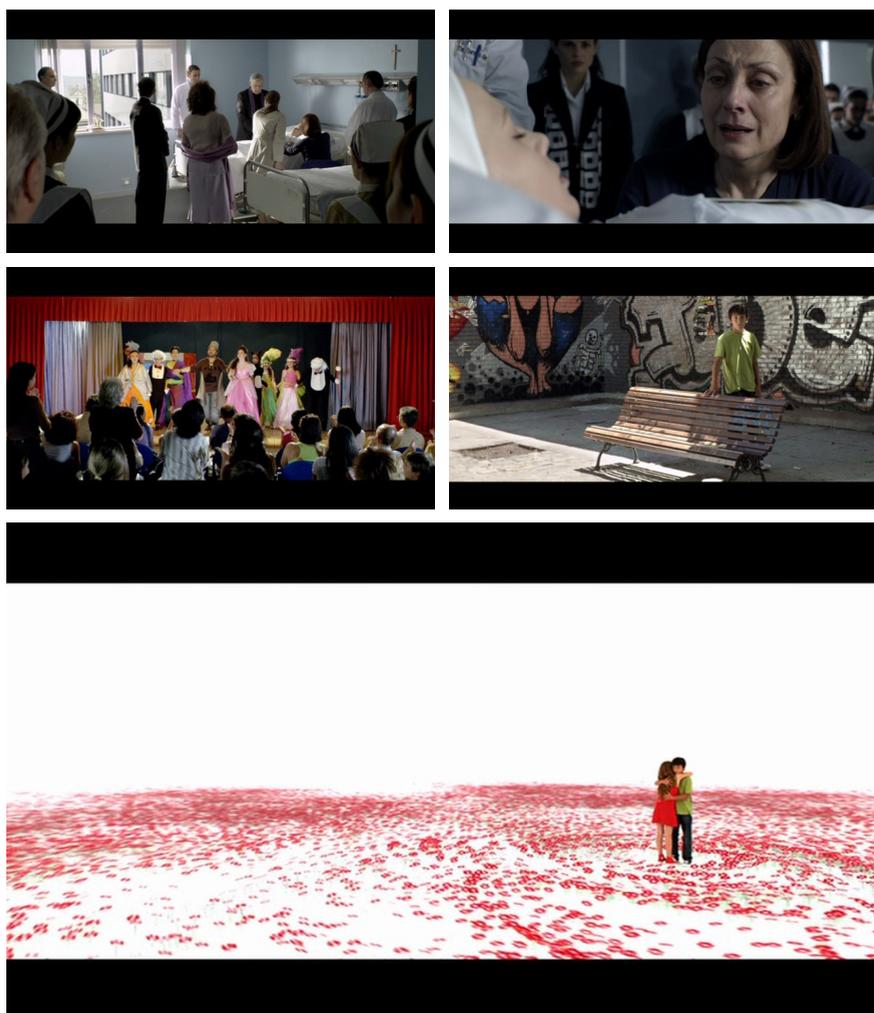


Figura 74

A cena é irmã conceptual do final agridoce do tristemente influente *El laberinto del Fauno*¹³⁵, na qual Guillermo del Toro ensinou aos cineastas espanhóis o caminho para conquistar o mercado. É concebida como espetáculo hollywoodense, com as inquietudes autorais e uma suposta qualidade sombria – que vincula a sensibilidade do pós-moderno de manual Tim Burton – e os vícios místicos por volta de 2006. Fesser monta a cena (e é o único res-

135. “*El laberinto del Fauno*” foi exibido em Portugal como “*O Labirinto do Fauno*”.

ponsável deste fragmento, segundo os genéricos, para além do argumento e da realização), intensificando o ritmo para destacar a obscena deturpação do acontecimento fúnebre por parte dos representantes da *Obra*, com a valsa da bela adormecida de Tchaikovsky, que pontua a imaginária dança de Camino e Cuco, filmada com o conhecido excesso de movimentos envolventes, ângulos forçados (zenital incluído) e movimentos em torno deles pelo cenário virtual, o que contrasta com a imobilidade predominante no “plano” da realidade. Por fim, Fesser faz coincidir o aplauso em que irrompem os fiéis, no instante da morte, com o momento em que os assistentes da obra de teatro também aplaudem os pequenos intérpretes, e chega aos ouvidos do menino Cuco, numa praça vazia.



Figura 75

O longo epílogo prossegue com o enterro e com cenas, em paralelo, da irmã e da mãe da protagonista, sentindo intimamente a dor da perda. O filme termina com a mãe assistindo a parte do filme em *super 8*, concomitantemente aos acordes musicais de Tchaikovsky, onde se reflete a rápida pioria da pequena como consequência da enfermidade, desde quando era uma menina espontânea e desinibida, que gostava de dançar na frente da câmara, até quando é uma paciente que sofre alucinações e vê o diabo à espreita, nos cantos do quarto do hospital ou no sofá. A última cena sustenta as suas visões: um triângulo aparece rapidamente, antes do negro total.

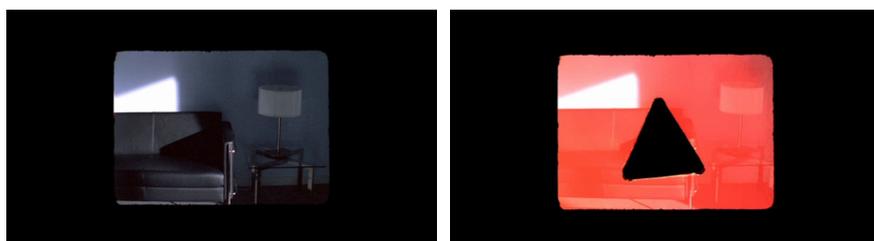


Figura 76

A figura é diegeticamente explicável (em termos racionais) como uma marca no fim do rolo do filme, mas pode ser interpretado como um ícone do Deus judaico-cristão. O gesto revela a imprecisão entre a vida e a morte, que corresponde ao Opus Dei, a partir do ponto de vista do filme: um conceito de divindade que pune e é anti-hedonista, o qual consagra o mal (identificado, na sequência semântica do filme, como todo o contrário à existência, à natureza, à autenticidade e aos instintos), acelera o final e favorece a fantasia da vida eterna (na realidade, a *não-vida*) como felicidade absoluta e única meta verdadeira.

Acreditamos que Fesser acerta ao captar e criticar a inversão axiológica escondida na doutrina dos discípulos de San José María Escrivá de Balaguer¹³⁶, mas também que, contra si, se assoma ao abismo da banalidade, pois seduz

136. Em cujos livros de máximas, preceitos, aforismos e parábolas, como *Camino, Forja, Surco* ou *Amigos de Dios*, não faltam convites para uma espécie de sacrifício da vida terrena (associada, não surpreendentemente, com a juventude, a constatação de cuja perda inexorável produz tal desespero que exige consolo *extra*), para ganhar a eternidade. Por exemplo, “A juventude dá tudo o que pode: dá-se sem medida” (*Camino*, 30); “Jesus tinha, ao morrer na cruz, 33 anos. A juventude não pode

(para adocicar o desfecho, nem sequer subjetivamente “justificável” como alucinação da moribunda; reencontro com o pai incluído) com uma felicidade para lá desta vida, não católica, mas tão pouco laica ou agnóstica. Em todo caso, se considerarmos o emprego irónico que Arcadi Espada pratica nas suas produções mais recentes, os *tags* verosímeis do fragmento poderiam ser: a puberdade, o amor, a morte, a montagem (ou o cinema), a dança, a *grua*.

Ah, a *grua*; a *grua* constitui para o cineasta, que se vê como contemporâneo, o brinquedo fundamental. Não é a mesma a fotografia promocional de um jovem realizador se não estiver encavalitado numa (se possível, em pleno ato de visionamento pela objetiva da câmara). A imagem que acompanha uma das primeiras entrevistas em profundidade concedidas por Alejandro Amenábar (com Carlos F. Heredero, em 1996) fala por si só: este suporte é (e de novo vale a redundância) um item indispensável para a elevação de todo aquele precoce gênio-mito que se cultive.

O segundo filme estudado, *Mar adentro*, narra outra morte espanhola, real e mediática: a de Ramón Sampedro, um carismático tetraplégico galego, que exigiu em vão nos tribunais que fosse reconhecido o seu direito de *morrer dignamente*. O filme inicia-se, de facto, a partir da obra *Cartas desde el infierno*, que Sampedro publicou como peça essencial durante a sua campanha para sensibilizar a sociedade para o seu drama particular e para o dos que compartilhavam o seu infortúnio. O próprio Amenábar reconheceu no prólogo a sua dúvida com a história; e no prólogo que redigiu para a ocasião, o cineasta qualificou aquele nada mais do que de que “pilar filosófico”:

ser uma desculpa! Além disso, cada dia que passa, já estás deixando de ser jovem... embora com Ele terás a juventude eterna “(*Forja*, 878); “Enterra com a penitência, no buraco profundo que abre, a tua humildade, as tuas negligências, ofensas e pecados. Assim enterra o agricultor no pé da árvore que produz, frutos podres, galhos secos e folhas caducas. E o que era estéril, melhor, o que era prejudicial, contribui para uma nova fecundidade. Aprende a aproveitar as quedas, o impulso: da morte, a vida “(*Camino*, 211); “Não tenhas medo da morte. Aceita-la, desde já, generosamente..., quando Deus quiser... como Deus quiser... onde Deus quiser. Não duvides: virá no tempo, no lugar e da maneira que mais convier..... enviada pelo teu Pai-Deus. Bem-vinda a nossa irmã morte “(*Camino*, 739)! “Aos ‘outros’ a morte detêm-os e subjuga-os. A nós, a morte – a Vida – anima-nos e impulsiona-nos. Para eles, é o fim: para nós, o princípio “(*Camino*, 738); “Se és um apóstolo, a morte será uma boa amiga que te facilitará o caminho” (*Camino*, 735).

“Este livro não é, no sentido específico, a base literária ou dramática do que seria o filme *Mar Adentro*. Na realidade, é muito mais que isso. É o complemento intelectual e poético, o pilar filosófico que deu fundamento e sentido a todo o nosso trabalho posterior”.

O início de outra introdução do livro, redigida pelo próprio Sampedro, resumia igualmente tudo o que veria. Nas palavras abaixo, encontra-se tudo, forma e conteúdo:

“No dia 23 de Agosto de 1968 fracturei o pescoço ao mergulhar numa praia e bater com a cabeça num banco de areia. Desde esse dia, sou uma cabeça viva e um corpo morto. Poderia dizer que sou o espírito falante de um morto. Se tivesse sido um animal, teria recebido um tratamento de acordo com os mais nobres sentimentos humanos. Eles mesmos terminariam com isto, pois lhes parceria desumano deixar-me neste estado para o resto da vida. Às vezes penso que é um azar ser um macaco degenerado!”

Obviamente, a morte era a obsessão de Sampedro, cuja filosofia não se tratava de um estado transcendente, mas de uma transição para outra coisa, indeterminada; mesmo que se intuísse, em suas palavras, uma espécie de visão de cunho panteísta:

“Sempre pensei – e penso – que depois da morte existirá um outro equilíbrio. Nada no universo é caótico, tudo é harmónico, puro equilíbrio. A matéria volta sempre ao equilíbrio, ou a um equilíbrio: depois da primeira explosão cósmica, regressa ao equilíbrio. Depois do orgasmo, o equilíbrio. Depois da morte, o equilíbrio”.

A fuga, a liberdade e o voo metaforizavam sempre o caminho para a conquista do seu único desejo: se não se pode ter a vida autêntica, a morte. São frequentes estes tipos de símiles como no poema “La Gaviota” (“*E ainda não tem corpo, / Sai a voar a alma / Atada ao pensamento, / Que é a sua forma de amar e caminhar*”) ou como no seguinte trecho:

“Qual é o novo desejo, a nova necessidade? Vencer o peso da gravidade. Voar mais depressa e mais longe. Alcançar a luz na metamorfose da transmutação. E logo? A aceleração instantânea: o pensamento, a ideia, o desejo que se torna realidade. Nenhum lugar estará verdadeiramente longe. Nenhum lugar está longe (...) Certo, tudo está na imaginação, na memória. Mas em certas circunstancias, este universo pessoal fica tão pequeno que o desejo indomável de nos livrarmos dele também nos revela o método”.

Certamente, o filme *Mar Adentro* não se encontra em consonância com o conceito tradicional de adaptação, já que *Cartas desde el infierno* precisava de uma estrutura narrativa. Além disso, o filme relata a aventura de Ramón Sampedro depois do seu suicídio testemunhado, que, tal como era óbvio, é representado como um desfecho. Amenábar, seduzido pela personalidade cativante do morto, entrelaça, além disso, fios sentimentais, com sub-tramas familiares (o irmão, a cunhada, o pai, o sobrinho), e os amores *atuais* que disputam o coração do protagonista: a primeira, a advogada Julia (Belén Rueda), que anseia ajudá-lo, mas vacila na hora de dar o último passo (o único transcendental e efetivo: o de lhe dar a morte) e a outra, Rosa, (Lola Dueñas), uma mulher que vive na zona rural, separada e com filhos, que mesmo sem muita educação e condições, se move para cumprir seu único objetivo na vida. Se a primeira relação é puramente platônica, a segunda é menos, ainda que a impotência para a realizar fisicamente (no sentido sexual), a conote como incompleta.

Assim, como foi estabelecido, a *sequência-paradigma* corresponde, teoricamente, à despedida de Ramón Sampedro. O advérbio não é insignificante, porque a referida cena, saturada de efeito de sentido e de minúcias (não como exibicionismo, na cena em questão), nada supõe além do cumprimento de uma dupla predeterminação: isto é, nem mais nem menos, que todos os acontecimentos conduzem necessariamente a esse desfecho inevitável e que o conhecimento geral das circunstancias da morte de Sampedro redobram a ociosidade da cena que Amenábar resolve, com a inteligência que lhe é característica, através de um esforçado (e impossível) equilíbrio entre

uma ficção de coragem (olhar a morte cara a cara – isto é, mostrá-la graficamente, em plano frontal ininterrupto) e os seus opostos, a saber: o respeito, a discrição e o pudor.

A sequência inicia-se com um apontamento sonoro relativo à despedida de Ramón e de Rosa, que o beija na testa. Um *zoom in* num pôr-do-sol muito nublado com o mar e a linha do horizonte ao fundo abre caminho a uma sequência de planos na preparação do *último ato* (um banho), uma festa de despedida (de cujo estatuto real ou ilusório existem dúvidas lógicas, pois as imagens aparecem enquanto ele expressa seu desejo insatisfeito em ter podido sair desse mundo dignamente, e não como um “criminoso”), e de detalhes das “mãos amigas” que levam a cabo os passos necessários para que ele se possa suicidar-se (a medição do veneno, a sua entrega num pacote, um copo de água e uma colher para diluir o veneno).



Figura 77

A cena dura vinte e seis planos, com dois especialmente prolongados: o *zoom out* e o *speech* final de Ramón, que absolve os seus colaboradores e condena a justiça por não lhe ter permitido realizar o seu desejo de forma legal, a ingestão do veneno e o início da agonia, com apenas duas frases interrompidas (“Calor...” e “já vai, já vai...”); planos separados entre si por um detalhe da câmara que o grava no contra-campo. Depois de alguns segundos insuportáveis do espetáculo, se alternam os primeiros planos dos instantes finais de Ramón, que se retorce com os olhos em branco, e exausto, com os olhos abertos, submergido no mar do instante em que podia ter falecido; quando, segundo ele, se a natureza tivesse seguido seu curso e não o tivessem tirado da água, paralisado, mas vivo. Um plano desde o fundo do mar, com

a sua silhueta escura, imóvel, recortada diante do reflexo do sol, simboliza e omite o óbito, como num transe de abdução pela lendária luz branca que acompanha os mortos, com um fundido em negro.



Figura 78

Isso casa perfeitamente com a imagem do pôr-do-sol no início da cena como um presságio trágico, perante o qual o fim representa a promessa silenciosa do amanhecer nalgum tipo de eternidade que, na visão do protagonista (e no ponto de vista que o filme constrói), não contém mais que o puro vazio; ou, sim, pode-se ir mais além: o ato reparador da justiça, por meios cinematográficos (o visualizado a partir da montagem paralela entre a morte, que deveria ter acontecido e não aconteceu, e a consumada, sobreposta àquela para a realizar de modo perfeito). Múltiplas vitórias de Ramón Sampedro, que alcança o objetivo de acabar com a sua vida e, tal como se mostra, reescreve seu destino a partir do momento que concede a si próprio uma morte “digna” e “natural”, sendo estes dois atributos necessários à sua lógica.

Para se concretizar esse algo possível que o vazio preenche, o dispositivo fílmico se impõe como mediador indispensável. O filme inicia com uma voz *over* que convida o espectador a realizar alguns exercícios mentais de concentração (“Concentre-se num ponto...”), que, por pouco que seja, reporta de maneira paratextual para o início dos fragmentos de filme que fazem parte do “universo cinematográfico Amenábar”: o do altifalante do metro, que advertia Angela (Ana Torrent) que um passageiro tinha saltado para os carris e tinha sido atropelado, em Tesis¹³⁷ (1995) (“Atenção señhores passageiros...

137. N. T. – O filme foi exibido em Portugal com o nome “Tese”.

Não olhem para a via”), a ordem “Abre os olhos”, do filme homônimo, que também ocorre entre confusões oníricas, das que só é possível despertar para a indesejável realidade lançando-se no vazio (1997). Do mesmo modo, a condição de testemunha muda/cúmplice da câmara no adeus de Ramón (pois a acção em si é um gesto reivindicativo) rima com a clara obscenidade, com o *snuff movie* da sua primeira longa-metragem (“Me llamo Ángela. Me van a matar”).

Não por acaso, na reflexão «amenabariana» (na expressão do cineasta, relativa à “sua *filosofia*”), o estado vegetativo de Ramón é análogo à passividade do espectador; do cinematográfico, e ainda, mais concretamente, à que os seus filmes configuram. O cineasta sacode alguns dos mais centrados tópicos da historiografia especializada (a “viagem imóvel” de Noël Burch, a “janela aberta ao mundo” de André Bazin), atribuindo-lhes uma patine pós-moderna; isto é, insistindo infrutiferamente em forçar uma representação para torcer (e ser) a realidade, sabendo que a batalha já está de antemão perdida.

Tivemos a necessidade de nos desviar para compreender a poética de *Mar adentro* como requisito prévio à significação da sua verdadeira *sequência-paradigma*, situada no início do segundo ato. “Vem” da primeira conversa a fundo entre Júlia e a cunhada de Sampedro, Manuela (Mabel Rivera), durante a qual esta, respondendo à pergunta da *galega* sobre o que pensa relativamente ao desejo de morrer do irmão do seu marido, lhe entrega, em segredo, os seus poemas de juventude. Inicia-se, nesse momento, a sequência a partir do detalhe do disco de vinil que toca a música “Nessun Dorma” (popularmente, “Vincero”), da ópera de Giacomo Puccini *Turandot*. Enquanto é alimentado, Ramón ironiza dizendo que “só está casado com uma”, ao que a sua cunhada responde: “Sim. Com a morte”. Esta situação e a fala do protagonista alternam-se (por razões discursivas e de controlo do relato) com a leitura por Júlia dos poemas escritos pelo próprio punho e letra de Ramón.

Ramón, que repousa na cama, com o olhar perdido na paisagem que se desenha do outro lado da janela, avista uma imensidão azul de um dia ensolarado sobre um vale. Três surpreendentes detalhes das extremidades movendo-se (um milagre, pela sua condição de paralisia total) antecedem o instante em que se coloca de pé e se distancia da cama. Um plano de conjunto de costas coincide com um verso mítico, que ressoa como uma referência ao seu caso: “Il Mio Mistero É Chiuso in Me”. O vigésimo plano é um longuíssimo subjetivo composto infograficamente de Ramón, que sai voando pela janela, atravessa uma paisagem montanhosa, muito verde, até chegar à praia. No final, na inflexão de “Al Alba Vincerò”, a câmara vira para o céu e, quando baixa, lentamente, descobre o mar e em seguida a beira da praia. Vira até encontrar uma figura feminina, em plano frontal, e volta a baixar, até encontrar as costas dela. Um braço (o de Ramón) surge no enquadramento e a alcança. É Júlia, evidentemente. Ramón dirige-se a ela com um tom de presunção (“Disseram-me que estavas aqui, e vim voando”), depois uma sequência de quinze planos (quase tantos como os que sucederam nos quatro minutos anteriores) numa duração de dois segundos e meio em média, mostram os beijos e as carícias, em enquadramentos quase idênticos, entre *jump cuts*, desfoques, contraluzes e oscilações características das tomadas de vista realizadas sem nenhum tipo de suporte de câmara. O braço do giradiscos volta ao seu lugar após terminar a reprodução.

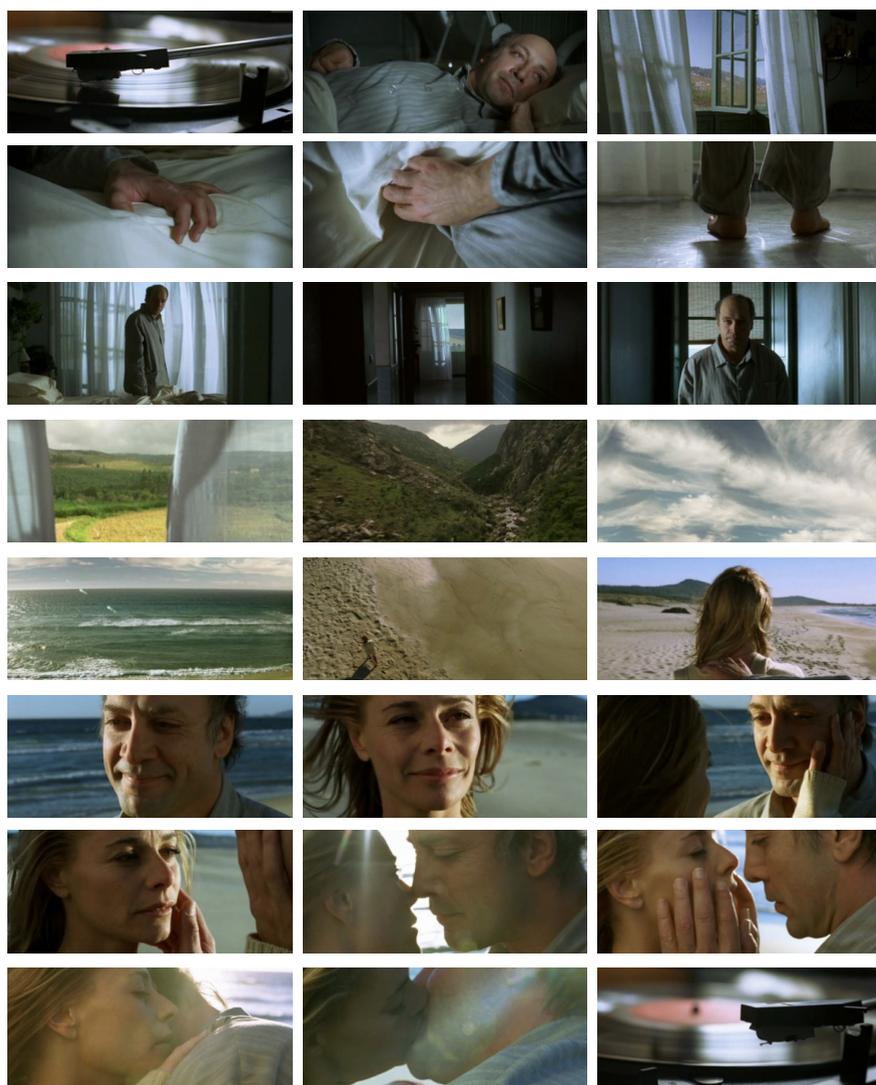


Figura 79

Esta consonância que a torna ainda mais difícil do que já é, é a última das qualidades que completam a *sequência-paradigma*, e põe em cena a ambição, não declarada por impossível de ser satisfeita, do protagonista: amar e ser amado de maneira real, perfeita, numa situação utópica de juventude eterna, alheia a qualquer dor ou perda.

O terceiro, dos nossos realizadores paradigmáticos espanhóis, pertence a uma geração posterior. Fernando González Molina, que se consagrou como realizador de *Los hombres de Paco* (2006-2010), uma série televisiva de sucesso, do canal codificado Antena 3 (que financiou as suas três longa-metragens, até ao momento: *Fuga de cerebros*, 2009, *3 metros sobre el cielo* – que estudaremos – e *Tengo ganas de ti*, 2012). As suas escassas credenciais fílmicas superavam de longe a do autor que adaptou na sua segunda incursão na ‘tela grande’: Federico Moccia teve de auto-publicar *A tres metros sobre el cielo* (ou *Tre metri sopra il cielo*) em 1992, e aguardar até que, em 2004, o seu êxito pudesse convencer Giangiacomo Feltrinelli a reeditá-lo. A obra contava, num estilo confuso e em algumas circunstâncias assintático, a turbulenta relação entre a bela estudante Babi e o ignorante Step, apoiada por Pallina e Pollo (e entre os quais também surgia o amor).

No mesmo ano 2004, Luca Lucini adaptou a obra ao cinema italiano. Já em Espanha, a Antena 3 encomendou uma segunda adaptação a Ramón Salazar, um jovem cineasta, claramente na senda de Pedro Almodóvar, cujas curta-metragens *Hongos* (1999) e *Taxidermia* (2000) obtiveram todos os prémios possíveis, mas as duas primeiras longa-metragens, *Piedras* (2002) e *20 centímetros* (2005), foram aceitas sem alvoroço, alcançando um escasso resultado comercial. González Molina, que nem tinha participado no guião de *Fuga de cerebros* (uma honra que coube a Álex Pina e Curro Velázquez), responsabilizou-se estritamente pela realização.

Por ocasião da sua estreia, um dos críticos mais brilhantes da Espanha, Jordi Costa, começava sua crítica sobre... citando os versos dos fascistas, “Giovinezza, giovinezza/ Primavera de bellezza”, perante

... “esta inquietante ficção cor de rosa que exalta a força do punho e do músculo desenvolvido como imperativo para a fertilidade do imaginário feminino adolescente (...). O trabalho de González Molina é competente nas suas formas, cómico nas suas pontuais descargas de extravagância e tremendamente perturbador no domínio simbólico dos arquétipos masculinos agressivos e figuras femininas, que se deslumbram perante

a força do macho. O cineasta parece mais preocupado em que nenhuma marca se queixe do *product placement* que em soletrar bem o nome de algum de seus atores no genérico inicial. Uma involuntária declaração de princípios: o futuro do cinema espanhol estará mais inscrito em produtos (como este) do que em filmes (como antigamente).”¹³⁸

A análise da *sequência-tipo* de *3 metros sobre el cielo* testemunha a adesão de González Molina ao paradigma de referência. Aqueles que fizeram o esforço de ler *A tres metros sobre el cielo* original, deram-se conta imediatamente de que a cena mais dramática de todo o relato supôs uma adicional inserida pelos adaptadores. Reporta àquela na qual a versão pátria de Step, chamado Hache (Mario Casas), se apresentava, de improviso, durante a festa de debutante de Babi (María Valverde), da qual se separou depois de uma zanga. Em paralelo, Pollo (Álvaro Cervantes) e a equivalente a Pallina, Katrina (Marina Salas), participavam numa corrida ilegal de motos, com consequências trágicas para o amigo de infância de Hache.

O facto de o desaparecimento de Pollo da novela ter sucedido em *fora de campo* (sem detalhes sobre as circunstâncias em que tinha acontecido) e de que Babi e Step tivessem sabido da novidade através de Pallina, após um evento sem importância (“Ele sempre odiou essa gente (...) Que porcaria de festa. Cruza o olhar com Babi. Sorri. Ela está cansada, sabe muito bem o que pensa”)¹³⁹, pressupõem algumas pistas sobre o valor particular que os autores da reprodução fílmica espanhola concederam a esta sequência, como um núcleo das suas, digamos, “preocupações”.

No filme a cena consiste numa prolongada montagem paralela, de oito minutos, entre a reconciliação de Babi e de Hache, com ar de *spot* de perfume ao ritmo de uma música do grupo *synthpop Alphaville, Forever Young* de 1984;

138. A resposta de Fernando González Molina, breve e concisa, encontra-se em consonância com a estética dos tempos, e do seu filme e reporta a um *post* difundido naqueles dias: “Jordi Costa chama-me mercenário das salas multiplex do país e isso é o mais suave. Pois tu és um ANORMAL, assim com todas as letras, que me julgas sem me conhecer”. As iniciais minúsculas do crítico e do jornal no qual se publicou o artigo, e as maiúsculas do insulto, correspondem ao original. Infeliz e significativamente, hoje só é recuperável no seguinte endereço: <http://www.formulatv.com/series/el-barco/foros/86/1/diosssssssssshe-visto-a-3-metros-sobre-el-cielo/>.

139. MOCCIA, Federico, *A tres metros sobre el cielo*, Barcelona: Planeta, 2008, p. 368.

e a morte de Pollo, que invoca os nomes de Nicholas Ray de *Knock on Any Door* (1955) ou *Rebel without a Cause*¹⁴⁰ (1955), e de Randal Kleyser de *Grease* (1978). Estruturalmente, a cena praticamente equivale aos apoteóticos finais de *Camino* e *Mar adentro*, se bem que, depois dela, a trama ainda se prolongue por mais 10 minutos. A milimétrica execução do *storyboard* converte, nesse caso, a *découpage* no procedimento adequado.

Tudo começa em 1h 33' 35", com um plano de corte da cidade de Barcelona, que funciona como articulação. Babi despede-se de sua amiga Katina e de sua irmã Daniela (Nerea Camacho), a abraça e a elogia ("és uma puta incrível!"). Uma sequência de Hache (num plano frontal com *zoom* de aproximação sobre ele, sem camisa, deitado sobre a cama) e outro de Babi (em plano frontal, com *dolly* lateral, no carro, vestida para a festa), estabelece a mecânica ambígua que vai caracterizar esta primeira parte, enquanto estão separados. Do mesmo modo, a alternância desta linha com a que protagonizam Pollo e Katina, sobre a moto, enquanto se preparam para a corrida, acentuando a dialética entre ambos os casais.

Assim, nos minutos posteriores, se desenvolvem os primeiros planos frontais curtos de Hache, na cama, e de Babi, na festa. Ambos fecham os olhos, num gesto de negação e de dor íntima pela ausência do ser querido. Através da montagem alternada, alternam-se os preparativos da corrida com os primeiros momentos da festa de Babi.

140. Em Portugal os filmes estrearam respectivamente com os títulos "O crime não compensa" e "Fúria de Viver".



Figura 80

Em 1h. 37' 00" ocorre a chegada de Hache envolvido em sombras. Ao vê-lo, a imagem em torno de Babi escurece-se e a partitura original vincula-se com a canção "Forever Young", que desencadeia uma nostalgia da década de oitenta (*trilha sonora de uma geração*) e exalta a plenitude (corporal, hormonal) dos protagonistas. Com um ritmo regular, até chegar ao refrão, sucedem campos/contra-campos idênticos em relação à escala dos protagonistas; curtos, médios e de conjunto, subjetivos e semi-subjetivos. Ao chegar a este ("*Forever young, / I want to be forever young...*"), um plano americano lateral perfeitamente simétrico mostra seu movimento de aproximação. Seguem campos e contra-campos curtos até ao beijo, que desencadeia uma sucessão de cortes rápidos, a partir três ângulos, embora igualmente próximos. Um *travelling* circular, em plano médio em torno do casal, apressa a parte final do refrão.



Figura 81

Contudo, a montagem força a alternância entre as duas seqüências (festa e corrida). Os motores rugem. Pollo e Katina amarram-se um ao outro com um cinturão e cruzam as mãos, embora, no caso deles, fiquem de costas. Em contrapartida, Babi e Hache continuam abraçados. A mãe dela, Rafaela (Cristina Plazas), percebe a sua presença e pergunta ao marido, Claudio (Jordi Bosch), com quem está dançando a filha. Ele tranquiliza-a: “Com um bom rapaz”. Os primeiros planos dos dois, arrebatados, são silenciosamente comentados pela irmã de Babi, que contempla a cena admirada e com certa dose de (sã) inveja, até ocorrer um novo movimento envolvente ao redor deles, que dançam, em plano médio.



Figura 82

Um corte que conduz à cena da competição vem acompanhado por uma notória mudança musical, agora original e de ação. Uma série de imagens fechadas de Pollo, de sua acompanhante, dele se encolhendo para ganhar velocidade, do seu rival fazendo o mesmo, um plano geral da corrida, um detalhe da roda... prolonga-se durante dez segundos, seguindo um padrão extremamente matemático e fundamental, em que a câmara oferece aos olhos tudo o que é necessário ver, *a partir de um ângulo adequado*, apesar de a trepidação do dispositivo dificultar, por vezes, a identificação das figuras: neoclassicismo indiscutível (e uma demiúrgica negação de qualquer eventual interferência que possa complicar o desenvolvimento *normal* da trama convencional).



Figura 83

Um corte que conduz a Babi e Hache, abraçando-se, em plano de conjunto, e um segundo corte no eixo, num plano médio curto, interrompe brevemente a corrida, unicamente para recordar a simultaneidade e para destacar a contradição entre o afeto e a violência, os quais (temos aqui a moral da sequência) possuem o mesmo perigo, dado que a paixão pode ter um poder fatal. Por isso, a partir desse ponto, a música de ação também invade os

instantes em que se alternam as imagens do casal na festa; e a montagem cria paridades entre as manobras dos motoqueiros e a agitação da dança na qual Hache levanta a Babi do chão. A música, frenética, altera o sentido dos movimentos envolventes dos primeiros planos em torno dos protagonistas, estáticos diante de sua inocente felicidade.



Figura 84

No entanto, a aproximação de Gustavo (Pablo Rivero), pretendente de Babi, com um par de taças de champanhe, intensifica a tensão que vem da outra linha narrativa. Um beijo entre os protagonistas coincide com a queda da moto. O choque dos que dançavam na pista com Gustavo, que leva as taças, coincide com o acidente fatal, suspenso e metaforizado pela queda dos copos de cristal ao caírem em pedaços no chão. A última imagem consiste num grande primeiro plano de Pollo deslizando pela calçada, antes de chocar contra um muro, e a moto em plano geral.



Figura 85

Ocorreram cerca de cinquenta planos noutros tantos segundos desde que o ritmo foi acelerado. A ação se detém, apesar de Hache desferir um golpe no seu rival, Gustavo, o que irrita Babi. Daniela recebe um telefonema sobre o acidente com Pollo. A cena termina com uma elipse, com os dois na moto, dirigindo-se ao lugar da tragédia. No entanto, *3 metros sobre el cielo* estabeleceu uma perigosa cadeia semântica (a juventude como estado de violência, ambas como manifestações da vida no seu auge e a assimilação dessa época a um jogo permanente com a morte). Diante desta armadura ideológica, não existe outra alternativa (que, de facto, não é) a não ser a de abraçar o neo-conservadorismo extremo; algo que é realçado por um detalhe aparentemente menor: no seu último encontro com Hache (isto é, logo no início da *sequência-paradigma*), Pollo mostra-se tão entusiasmado com Katina que afirma: “Eu vou casar com ela”; um destino frustrado por uma morte prematura, cujas consequências se configuram como o principal factor que impede o *happy end*.

As inúmeras coincidências da estética, na maneira de dosear a informação e na posição ética das *sequências-paradigma* de *Camino*, *Mar adentro* e *3 metros sobre el cielo*, e no próprio recurso a elas como forma de transmissão de um sentido por debaixo de uma aparência sedutora, confirma quer o interesse desta estratégia de aproximação aos textos contemporâneos, quer a nossa hipótese sobre o tratamento como *problema* da dicotomia, vida/morte, na qual o primeiro termo equivale a um ideal invencível (e inalcançável) perante as vicissitudes do tempo.

No seu texto conjunto já anteriormente citado, Marzal e Gómez-Tarín se questionavam “para quê fazer uma análise?”. Sua resposta, seguindo Francis Vanoye e Anne Goliot-Lété, consiste em que seu objetivo

...”se converte num factor fundamental que o diferencia do resto das atividades hermenêuticas: uma análise fílmica é sempre a consequência de uma encomenda (...) quer de instituições docentes (para avaliações, concursos, pesquisas, etc.) ou de outras instituições de caráter público ou privado (imprensa, editoriais, divulgação cinematográfica)”¹⁴¹.

A advertência não está errada e o presente capítulo não constitui uma exceção à regra que formulam, que, contudo, me parece demasiado ‘vipérina’, na medida em que considera esse critério como universal. Em todo o caso, defendendo ativamente que, ao analisar, são necessários, pelo menos, outros dois motivos: primeiro, o de um ponto de vista; e, segundo, o de algum tipo de implicação emocional ou ideológica relativamente ao objeto ou ao assunto em questão (pode ser consciente ou inconsciente, simpática ou antipática). Por outras palavras, uma análise só será digna de receber esse nome se o seu autor escolher ou tomar como seu aquilo de que se ocupa. Para bem ou para mal, não é uma tarefa mecânica, nem suscetível de automatização. Portanto, não se deve confundir, de modo algum, com um convite à arbitrariedade. A honestidade e o respeito pela totalidade do texto constituem princípios irrevogáveis.

No que se refere ao trabalho que me coube, o da referida reflexão, seguem duas conclusões. Uma delas, consiste no impulso de objetivar a determinação das cenas dos filmes que foram dignos de uma micro-análise, a qual choca com um obstáculo e implica um perigo: o escolha refere-se a que eleição de um filme ou de outro (podem ser vários) exige um exercício imaginativo e até tendencioso ou, no mínimo, subordinado. Por sua vez, o perigo encontra-se na consideração dos critérios de estruturação discursiva dos textos, ainda mais quando atualmente nos encontramos numa época de standardização extrema, (as recomendações de Field, McKee, etc.), que implica a exaltação do mesmo jogo de linguagem.

141. MARZAL FÉLICI, Javier y GÓMEZ-TARÍN, Francisco Javier, *op. cit.*, p. 4.

Por fim, a outra conclusão passa por aceitar, antes de emitir qualquer opinião – algo tão elementar como no caso que tivemos entre mãos. Uma questão que me afeta como indivíduo e porque julgo que nos afeta, na medida em que sou, me sinto e estou consciente de ser parte integrante de uma sociedade. O cinema espanhol tem com o *divino tesouro* de Rubén Darío o mesmo problema que Gollum em *O Senhor dos Anéis*. Não procuro banalizar. É da lei da vida que, no final de tudo, todos os sujeitos que optem pela vida acabem dando-se conta de que a juventude é uma doença que se cura com os anos; mas para que isso suceda é necessário consentir: deixar-se marcar pelo tempo e aceitar a velhice.

Bibliografia

- BORT GUAL, Iván y GÓMEZ-TARÍN, Francisco Javier, *La vida y nada más*. Santander: Shangrila, 2012.
- FIELD, Syd, *El libro del guión*, Madrid: Plot, 1994.
- HEREDERO, Carlos F.: “Entrevista a Alejandro Amenábar”, en *Espejo de miradas. Entrevistas con nuevos directores del cine español de los años noventa*, Carlos F. Heredero, Madrid: Festival de Cine de Alcalá de Henares, 1997, pp. 83-113.
- MARZAL FELICI, Javier y GÓMEZ-TARÍN, Francisco Javier, “Interpretar un film. Reflexiones en torno a las metodologías de análisis del texto fílmico para la formulación de una propuesta de trabajo”; em *Metodologías de análisis del film*, Marzal Felici, Javier y Gómez-Tarín, Francisco Javier (eds.), Madrid: Edipo, 2007 (disponible en línea en el enlace <http://apolo.uji.es/fjgt/Naranja2006.PDF>).
- MCKEE, Robert, *El guión. Sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones*, Barcelona: Alba, 2003.
- MOCCIA, Federico, *A tres metros sobre el cielo*, Barcelona: Planeta, 2008
- ZUMALDE ARREGI, Imanol, *La materialidad de la forma fílmica. Crítica de la (sin)razón posestructuralista*, Bilbao: Universidad del País Vasco, 2007.

ZUNZUNEGUI, Santos, *La mirada cercana*. Microanálisis fílmico, Barcelona: Paidós, 1996.

ZUNZUNEGUI, Santos, “Tres tristes tópicos”, em *Metodologías de análisis del film*, Marzal Felici, Javier y Gómez-Tarín, Francisco Javier (eds.), Madrid: Edipo, 2007, pp. 17-29.

Cinema: sequências-créditos

ESCREVER O QUE NÃO SE LERÁ OU OS PROLEGÓMENOS DO *STRIPTASE* DA BAILARINA DE CABARET

Iván Bort Gual

/ Centre d'Ensenyament Superior Alberta Giménez (CESAG)

“O relato mais clássico [...] comporta em si uma espécie de *tmesis* enfraquecida: não o lemos inteiramente com a mesma intensidade de leitura, estabelece um ritmo audaz, pouco respeitoso da *integridade* do texto; a própria avidez do texto nos leva ao salto de certas passagens (apresentadas como “aborrecidas”), para descobrir aqueles pontos mais quentes da história (que são sempre as suas articulações: o que faz avançar a revelação do enigma ou do destino): saltamos impunemente (ninguém nos vê) as descrições, as explicações, as conversas; parecemos um espectador de cabaré que, subindo ao palco, apressa o *striptease* da bailarina, tirando-lhe rapidamente as roupas [...], uma fissura causada por um simples princípio de funcionalidade, que não ocorre na estrutura da linguagem, mas só no momento do seu consumo; o autor não a pode prever: não pode querer escrever *o que não se lerá* [...] O que gosto numa história não decorre diretamente, nem do seu conteúdo, nem da sua estrutura, mas das fissuras que lhe impo-

nho na sua bela crosta: corro, salto, levanto e volto a mergulhar. Nada a ver com o profundo corte que o gozo do texto imprime à própria linguagem e não à simples temporalidade da sua leitura”.¹⁴²

Estes são tempos de impaciência, de pressas. Impõem uma certa poética, muitas vezes estimulada pelos cantos de sereia do *assistencialismo* da era tecnológica. Dessa exibicionista – e otimista – *democratização* que possibilita o avanço vertiginoso da digitalização e das facilidades do aqui e agora. Não é nossa pretensão avivar velhas – e não superadas – polémicas entre apocalípticos e integrados, nem tão pouco chamar à atenção para aqueles *cogito interruptus* já antecipados por Eco sobre esse «crítico que lia um mundo cheio de presságios»¹⁴³, mas, quiçá, *presságio* seja a palavra-chave do texto que começa com estas linhas. Explicaremos porquê.

Essas pressas que se amontoam no seio da nossa cultura acusam, com demasiada frequência, um certo desprezo pelo detalhe que está nas margens. O texto, desgraçadamente, não foge a esta tendência e, frequentemente, resulta uma reivindicação quase excêntrica defender, a partir da reflexão teórica do academismo, o valor da suspensão, da aproximação, da *análise*. No texto audiovisual tais azáfamas ainda são mais evidentes. O gozo escópico é um vício dos nossos tempos e confunde-se, com uma superficialidade grave – curioso oximoro –, a comodidade de ver com o prazer do olhar. Os filmes já não se veem, *têm-se*. Acumulam-se títulos, épocas, géneros, cineastas em ‘packs’ de zero e um que, com alguma sorte, serão vistos deslocando o botão da velocidade do leitor multimédia para abreviar o tempo de visionamento, num ‘olhar por cima’, como essas leituras “em diagonal” dos textos escritos que nada nos dizem: murmuram, preocupantemente. Estas mesmas azáfamas, em nome das quais o pessoal da limpeza nos convida – com mais ou menos educação – a sair da sala de cinema após o filme, ainda durante a exibição dos créditos finais, proclamando, sem qualquer contestação, “que o filme já acabou”. Exatamente o mesmo sucede quando

142. BARTHES, Roland, *El placer del texto y lección inaugural*, Madrid: Siglo XXI Editores, 2004, pp. 20-22.

143. ECO, Umberto, *Apocalípticos e integrados*, Barcelona: Lumen, 1984, p. 383.

o porteiro te informa num alarde ingénuo que “o filme ainda não começou”, porque ainda está “no genérico”. As histórias estão lá fora, em todo o lado. Todo o texto exige interpretação. Todo. Só é preciso *armarmo-nos*, como fez James Stewart na Janela Indiscreta (*Rear Window*, Alfred Hitchcock, 1954), com uma boa objetiva cinematográfica sob a forma de curiosidade e paciência. E focar bem...

1. *Look closer...*

Look closer... foi o tagline — ou a frase promocional— eleita para acompanhar o ‘oscarizado’ filme de 1999 *American Beauty*¹⁴⁴ dirigido pelo então jovem cineasta Sam Mendes. Em Espanha foi traduzido por «Fíjate bien», no que representava uma reivindicação da beleza que nos rodeia, essa que, em certas alturas, não se encontra onde a costumamos descobrir e que tão bem metaforiza aquela – também parodiada até à exaustão – cena do saco de plástico que bailava caprichosamente no vento e jogava, em *mise en abîme*, com o espectador. Precisamente, em *American Beauty* só necessitamos de ler as legendas iniciais do genérico – apenas alguns minutos—, antes mesmo do início da voz *over* (e *off*?) de Lester Burnham, para compreender a história a partir da tranquila omnisciência da sua morte, para nos depararmos com as que são, no nosso entender, as dimensões fundamentais do filme. Não seria de mais que também nos reportássemos – ou reproduzíssemos a partir do *sorround* da nossa memória— aquela magnífica e inesquecível banda sonora composta por Thomas Newman¹⁴⁵ para *American Beauty*, por exemplo os temas *Dead Already* ou *Any Other Name*, para continuar com a

144. N.T.: Em Portugal o filme estreou com o título “Beleza Americana”.

145. Naquele ano, *American Beauty* arrecadou cinco Oscars: o de melhor filme, melhor realizador (para Sam Mendes), melhor ator (Kevin Spacey), melhor argumento (Alan Ball) e melhor fotografia (Conrad L. Hall). Apesar disso, uma das três nomeações que não redundaram numa estatueta foi a de melhor banda sonora, composta por Thomas Newman, em detrimento da de John Corigliano para *El violín rojo* (*The Red Violin/O violino Vermelho*, Francois Girard, 1998). Sem desprimor para a música do filme canadiano, é surpreendente que a música de Newman, sendo inseparável do projeto do filme dirigido por Mendes e escrita por Ball, não tenha alcançado o devido reconhecimento. De facto, aquela foi a quarta nomeação ao prémio da Academia do compositor Thomas Newman, que já acumula dez - com o seu último trabalho também para Mendes, em *Skyfall* (N.T.: em Portugal com o título “007 Skyfall”) “ (2012) -sem, contudo, ganhar algum Oscar.

análise. A nossa intenção com esta é a de comprovar como o exercício desse mesmo esmero pela beleza do detalhe se valida metadiscursivamente em ferramentas de *microanálise filmica* que defenderemos e teorizaremos.



Figura 86 - Fotogramas da sequência de legendas do género de American Beauty

American Beauty começa logo após o logótipo convencional da Dreamworks, com o título de “Dreamworks Pictures presents” para resgatar um fragmento que veremos posteriormente inscrito na diegese e que se encontra descontextualizado. Este exercício de *relato repetitivo*, nos termos de Genette¹⁴⁶, quer dizer, o modo como se relaciona a variável “frequência” no diálogo entre história e relato, é constante em *American Beauty*, cujo enunciado emprega uma representação recorrente que não corresponde à unicidade dos acontecimentos, quiçá como forma de *insistir* na poética do instante e da sua pretensão de o tornar perene¹⁴⁷.

146. GENETTE, Gérard, *Figuras III*, Barcelona: Lumen, 1989.

147. Não obstante o melhor exemplo reportar à sequência final anterior ao epílogo: quando assistimos ao disparo que estilhaça a cabeça de Lester Burnham e revemos esse instante a partir do ponto de vista de todos os personagens. O espectador é assim advertido que quem disparou não é quem ele esperava. Um rashomoniano exercício que convida à importante contemplação de que a verdade só surge a partir da soma de todos os pontos de vista possíveis.

Neste fragmento, primeiro *input* narrativo do filme, fala-se sem mediações nem paninhos quentes da *morte do pai*. A adolescente Jane, renegando o pai, mas que o idolatra nas costas das suas colegas de turma, chega a questionar a alguém fora de campo – que depois sabemos se tratar do seu namorado Rick que a está gravando — se se “encarregaria” dele por ela. Sem solução de continuidade para mais explicações, o fragmento é interrompido e cortado a negro para mostrar o *main title shot*¹⁴⁸. Para lá das saborosas interpretações sob o prisma psicanalítico ou das valorizações sobre o fundo *edipiano* do assunto, interessa-nos refletir sobre a forma da mensagem. Essa *morte do pai* que está sendo concretizada regista-se numa gravação caseira. *American Beauty* mostra-se, assim, nos seus primeiros fotogramas com ostentosos *píxeis*, imperfeições óbvias, imagem de baixa resolução e evidente aparato eletrónico. No seu primeiro bafo de consciência narrativa, nessa margem que se consideraria fútil, pois parece descontextualizada e será repetida depois no próprio desenvolvimento da trama, a obra de Mendes já se revela. Que parentesco a une se não ao cinema, à televisão, ao vídeo ou ao relato eletrónico? O filho, em pleno abismo de mudança de milénio, deseja a morte do pai. E, como exemplo, eis um suculento episódio: Alan Ball, dir-se-ia mesmo já com o Óscar para o melhor argumento original debaixo do braço – aliás, o seu primeiro argumento – para o filme *American Beauty*, decide ir trabalhar para a televisão e criar uma série que marcaria a Segunda Idade e Ouro da ficção televisiva norte-americana: *Sete Palmos de Terra (Six Feet Under)*, Alan Ball, HBO: 2001-2005). Se a passagem do milénio marca a contemporaneidade da série de televisão norte-americana em contraste com o marasmo do cinema *mainstream*, não é descabido considerar que, em muitos sentidos, *American Beauty* marca um antes e um depois.

148. Uma tradução literal para português “plano do título principal”. Reporta ao plano do filme no qual surge o título completo e que usualmente se converter num elemento estático capaz de etiquetar o filme do mesmo modo que o seu cartaz o ‘embrulha’. Também recebe a designação, no contexto da indústria anglo-saxónica, de *logo*, *title* ou de *main title card*. (Bort, 2012: 508).

Uma segunda interpretação pode ser formulada nestes momentos do genérico, sempre prolíficos em marcas enunciativas, sendo estes mesmos uma intervenção do próprio sujeito de enunciação¹⁴⁹. A imagem que vemos como espectadores corresponde a uma ocularização interna de traço implícito, nos termos de Gómez-Tarín¹⁵⁰, devendo ser entendida a partir do contexto da existência de um olho “eletrónico” que corresponde à visão de um operador, de um *Homem da câmara de filmar* (*Chelovek’s kino-apparatom*, Dziga Vertov, 1929) que nos disponibiliza perversamente o seu olhar, tal qual (*O fôtoógrafo del pánico*)¹⁵¹ (*Peeping Tom*¹⁵², Michael Powell, 1960). Prontamente, essa *mujer del cuadro*¹⁵³ (*The Woman In The Window*¹⁵⁴, Fritz Lang, 1944) electrónico abandona a sua pose reclinada e passiva para (nos) interpelar. Olhar – o dela – contra-olhar – o da câmara – contra-olhar – o do espectador. E o olhar não é tudo em *Beleza Americana*. Algo é belo e nem sempre de acordo com o juízo do olho que vê. Há tantos filmes como olhares. Tanta beleza quantos olhos que a queiram ver. E assim começa *Beleza Americana*: olhando.

Finalmente, a consideração mais intimamente ligada à morfologia dos títulos do genérico reporta à correspondente tipologia: *texto simples sobre fundo estático combinado com cores sólidas* de acordo com a nossa classificação¹⁵⁵

149. METZ, Christian, *L'énonciation impersonnelle ou le site du film*, Paris: Klincksieck, 1991.

150. GÓMEZ-TARÍN, Francisco Javier, *Elementos de narrativa audiovisual, expresión y narración*, Santander: Shangrila, 2011, p. 80.

151. NT: Nome do filme tal como foi estreado em Espanha.

152. N. T: estreado em Portugal com o título “A vítima do medo”.

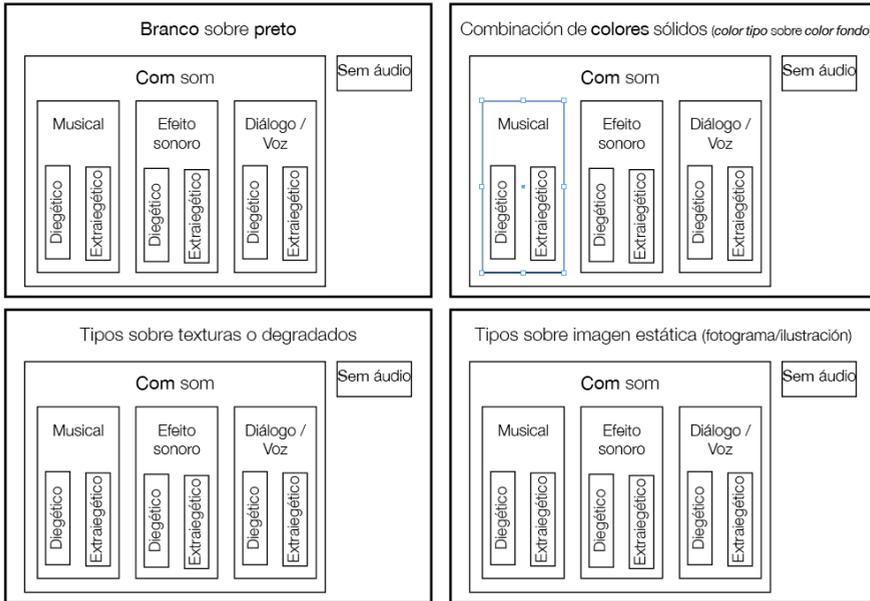
153. NT: Nome do filme como filme tal como foi estreado em Espanha. Em Portugal, a película intitulou-se “Suprema decisão”.

154. N. T.: em Portugal este filme esteou com o título “Suprema decisão”.

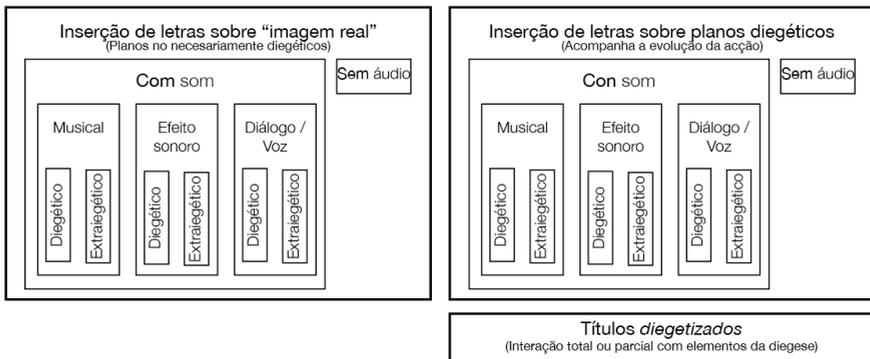
155. BORT, Iván, *Nuevos paradigmas en los telones del relato audiovisual contemporáneo: partículas narrativas de apertura y cierre en las series de televisión dramáticas norteamericanas*, tesis doctoral dirigida por Dr. Francisco Javier Gómez-Tarín, Castellón: Departamento de Ciencias de la Comunicación, Universitat Jaume I, 2012, p. 230.

Títulos como logótipo / rupturas e outros usos conceptuais

Texto simples sobre fundo estático



Live action credits (créditos de "imagem real")



Seqüências *dinâmicas e independentes* de títulos geradas a partir da *animação*

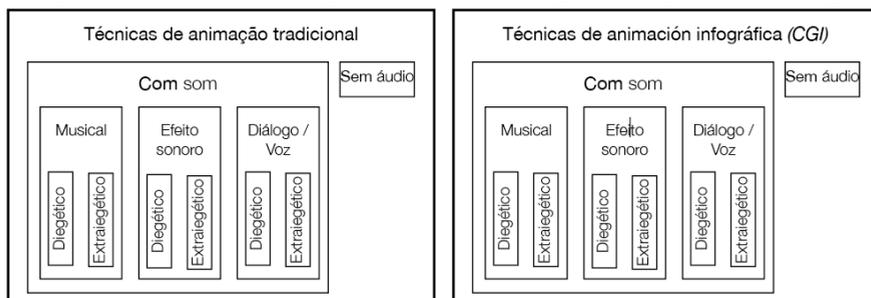


Figura 87 - Tabela de sistematização tipológica das legendas de genéricos¹⁵⁶

American Beauty recusa participar do convencionalismo do imortal *branco sobre preto* dos títulos de genérico, modelo negativo do clássico preto sobre branco do registo da imprensa, para introduzir o vermelho sobre o preto. Estas opções, insistimos, por mais que adstritas a domínios pouco percebidos, jamais são decorrentes do acaso e, tal qual, *belezas americanas*, florescem, plenas de significação. O vermelho, em primeiro — e mais óbvio — lugar, é a cor do tipo de rosa que dá nome ao filme, uma flor criada artificialmente para parecer perfeita, mas sem cheiro. Beleza absoluta, pré-fabricada, sem aroma. Uma flor que, na sua essência, não é uma flor. Pura fachada¹⁵⁷. Aqui já se descortina a metáfora do filme: essas fachadas brancas e esses jardins coloridos desses impolutos bairros residenciais onde, como no final de *Veludo azul* (*Blue Velvet*, David Lynch, 1986) sempre existe algum pisco, insidioso detetive, que desenterra a porcaria.

156. BORT, Iván, *op. cit.*, p. 230.

157. Permitimo-nos avançar um pouco no nosso texto e saltar até uma referência que, neste sentido, funciona muito bem com a qual denominaremos os *openings* das series de televisão. Em *American Beauty*, o seu protagonista, Lester Burnham, dedica-se — não por casualidade — à publicidade. Num certo momento do filme, chega a afirmar que o seu casamento é uma fachada, que ele e a sua mulher são apenas «um anúncio» (*commercial*). Se juntarmos os títulos do genérico, as fachadas e os anúncios de publicidade, não podemos deixar de reconhecer um dos mais brilhantes e analisados *openings* dos últimos anos: o da serie *Mad Men* (Matthew Weiner, AMC: 2007). Aprofundamos a análise desta peça em Bort (2012: 303-336).



Figura 88 - Rosas vermelhas, fachadas brancas e porcaria desenterrada. Fotogramas do episódio de Blue Velvet.

“Interessa-me saber o que se esconde para lá das fachadas impecáveis, das cortinas, explorar os recantos tortuosos da existência. Sou como um detetive que revela o que os outros escondem. É que este mundo de hoje não é um lugar tão maravilhoso como se diz. Não é o melhor sonho.”¹⁵⁸

158. VALENCIA, Javier J., *David Lynch, el zar de lo bizarro*, Barcelona: Cameo, 2006, p. 1.

Para além disso, o vermelho é a cor do Pontiac Firebird de 70 que Lester Burnham compra nessa viagem em direção à liberdade, arrebatado de alegria que o conduz até à felicidade e à morte. Vermelho é também o carrinho telecomandado no qual a sua mulher tropeça em casa, logo após ter deparado com o outro carro na garagem. Vermelho é até a chamativa porta da casa da família Burnham, que se impregna de um extremo poder dramático no ato final, de tons quase épicos, debaixo da chuva intensa, quando Carolyn — com um vestido vermelho — tira a arma do porta-luvas de seu monovolume e decide acabar com a vida de seu marido. E vermelho é, finalmente, a cor que esborrata a parede com os miolos de Lester, quando o alvejamos na cabeça em fora de campo.

Prodigiosos presságios.

Presságio, poderia ser a palavra-chave deste texto. É este o significante utilizado por Kyle Cooper, um dos mais relevantes designers de genéricos das últimas décadas, senão o mais importante pelo seu trabalho de criação de peças audiovisuais que indiciam a trama e configuram a atmosfera e o clima da narrativa. Como temos verificado no caso de *American Beauty*, as partículas narrativas integradas no início — e, conseqüentemente, no fim — dos textos audiovisuais exploram os recursos expressivos e narrativos de tal modo que se constituem em estruturas discursivas adquirindo um valor analítico e estratégico próprios, sendo de facto o sintoma das características formais e de conteúdo do texto que introduzem. Se, efetivamente, o estudo aprofundado das legendas dos genéricos cinematográficos tem sido um terreno ainda pouco explorado no âmbito da teoria fílmica, relegado para análises mais inscritas no domínio das belas artes e das artes gráficas¹⁵⁹, parece, porém, mais incipiente a sua aproximação e aplicação aos seus congêneres televisivos, quer dizer, aos *openings* das séries de televisão. Esse «instante repetido até à saciedade», nas palavras de Sánchez-Biosca¹⁶⁰, já

159. Destaque especialmente — e quase exclusivamente — da bibliografia sobre este assunto, a partir deste ângulo, e em castelhano, para o vistoso trabalho de Solana y Boneu (2008)

160. SÁNCHEZ-BIOSCA, Vicente, «En alas de la danza: *Miami Vice* y el relato terminal», em *El relato electrónico*, Jiménez Losantos, Encarna y Sánchez-Biosca, Vicente (Eds.), Valencia: Ediciones Textos de la Filmoteca, número 4, 1989, p. 23.

que a serialidade do formato o afeta necessariamente na sua dialética com o referente cinematográfico e para cuja delimitação conceptual, em termos de classificação e análise em profundidade, remetemos para outro nosso trabalho¹⁶¹. Dele, resgatamos para este estudo a definição, que na altura elaborámos, assim como o esquema de integração, que auxiliará na compreensão e na localização, num episódio de qualquer série de televisão, das várias partículas narrativas de início e de final:

“Partícula extradiegética estrutural de uma série de televisão que, através de múltiplas possibilidades formais e de integração na história, se apresenta, de modo reiterado, no início de cada um dos seus episódios, com o objetivo de informar o espectador sobre o título da série e, frequentemente, do autor, do elenco de protagonistas e outros dados que sejam de especial relevância. Na sua apresentação estabelece diálogos em distintos níveis com o discurso estético e temático da série, assim como com outros módulos como os relativos ao *previously*, ao *teaser*, ao *pre-ending* ou ao *ending*.”

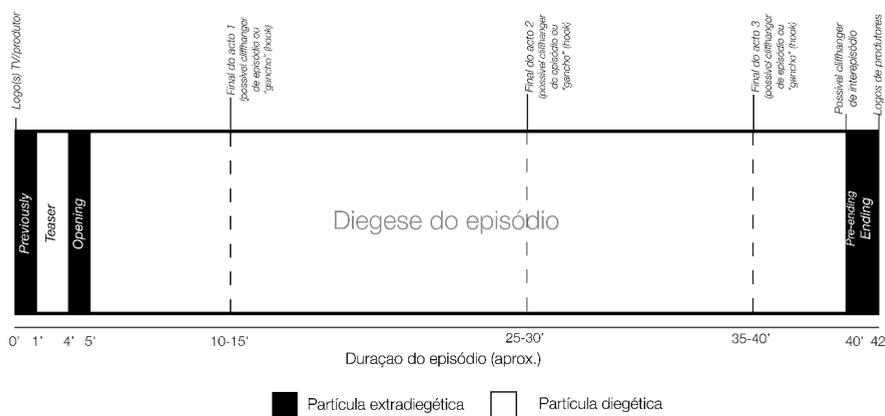


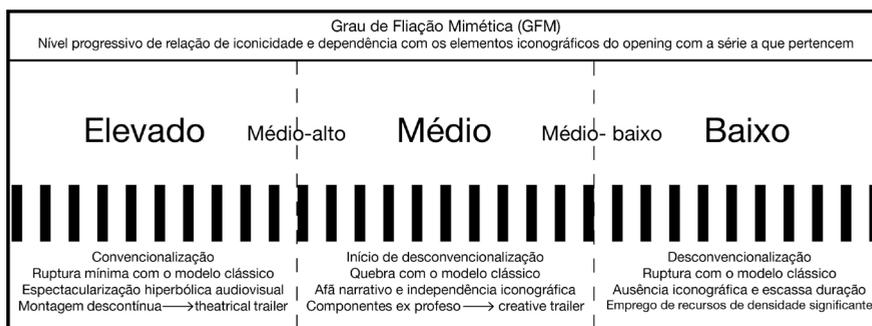
Figura 89 - Esquema de integração genérica de partículas narrativas de início e fim nas séries de televisão¹⁶²

161. BORT, Iván, *op. cit.*

162. BORT, Iván, *op. cit.*

Este esquema que, obviamente, é um constructo ideal, no qual coexistem todas as possibilidades, ilustra os principais módulos estruturais que estão no início e no fim das séries de televisão e de cuja análise nos permitimos operar extrapolações, neste caso, a relativa às potencialidades dos títulos dos genéricos para condensar o sentido global — o *quê* e o *como*— do texto no qual se integravam. Assim, os *inícios* exploram e subvertem os próprios recursos expressivos e narrativos dos seus referentes cinematográficos e historiográficos para assim se constituírem em novos paradigmas discursivos.

Estes *inícios* — frequentemente e não de todo incorretamente denominados também de *intros* das séries— conjugam-se, alternadamente, com dois polos teóricos que definimos, em primeiro lugar como Graus de Filiação Mimética (GFM), conforme o que da imagem do início decorre diretamente do material diegético da série, quer dizer, dependendo se tenham sido concebidos como criação independente (GFM baixo) — mais conceptual— ou, simplesmente, a partir de fragmentos da série (GFM alto); e, em segundo lugar, como Identificador *Ator/Atante* (i:A/a), índice que reporta ao modo como se relaciona o título do elenco com o tipo de personagens na série, ou seja, em que medida estes inícios herdaram, ou não, o arquétipo do *star-system* clássico de Hollywood. O primeiro pólo teórico constitui-se numa escala gradual — alto-medio-baixo, mais seus cruzamentos — e o segundo, apresenta quatro indicadores — numerados do 0 ao 3.



Identificador: Actor / actante (i:A/a) Correspondência escópica entre os títulos do elenco e a aparição sincrónica do quadro actancial no opening			
0	1	2	3
Ausência de títulos relativos a elenco Inexistência completa do star-system Tendência para a valorização da ficção	Emergência de títulos relativos a elenco sem ligação sincrónica com a imagem do quadro actancial Evolução para uma certa negação do star-system	Disposição automática de títulos Enfaturação visual completa El star-system como reclame Destaque para a relação entre actor e actante	Actor sem relação com o actante Olhares congelados para a câmara. Marcas enunciativas
Rupturas com o modelo clássico ←		Modelo Hegemónico televisivo clássico	→ Rupturas com a enunciação

Figura 90 - Tabelas de sistematização do GFM e do i:A/a, como teorizações de escalas de análise de los inícios das series ¹⁶³

Compreenderemos sem grande dificuldade estes parâmetros de análise com exemplos que ilustram os pólos extremos, pois a sua compreensão contribui para a familiarização dos espectros intermédios. Não será complicado ao visualizar na sua mente o início de *CSI (Crime Scene Investigation, Anthony E. Zuiker, CBS: 2000)*, seja a série original ou qualquer outra sucedânea. Nele, caso paradigmático da espetacularização audiovisual — como a série é da ciência —, observamos um GFM alto, na medida em todas as imagens que se encontram montadas a partir de fragmentos chamativos, atrativos e visualmente potentes para seduzir, com discurso, em última instância, ‘videoclipístico’. Para isso, contribui em grande medida a sincronização audiovisual com um *theme* ou tema musical, que acaba se convertendo tanto — ou até mais — em algo próprio da série, como os seus personagens ou histórias, chegam a popularizar-se e a perpetuar-se. Relativamente ao i:A/a, *CSI* apresenta uma correspondência direta de atores e actantes: convencionalismo que supõe um nível 2 da escala. Tão popular como *CSI*, por isso ideal para esta exemplificação, mas nos antípodas formais como *opening*, é a série *Lost (Lost, J.J. Abrams, Jeffrey Lieber, Damon Lindelof, ABC: 2004-2010)*. Uma estranha e misteriosa peça de só dez segundos que qualquer um consideraria irrelevante e que, contudo, destila o mais fundamental dos sig-

163. BORT, Iván, *op. cit.*

nificantes formais e dramáticos da série: o relativo à *deriva*. Este *opening*, que funciona como *logo*, apresenta, conseqüentemente, um GFM baixo, e ao não deixar espaço para nenhum outro crédito que não seja o do título — todos os outros surgem no terço inferior (*lower third*) do ecrã sobreimpressos na ação diegética do episódio posterior—, o seu i:A/a não pode ser outro senão igual a zero.



Figura 91 - Os inícios das séries de êxito CSI e Lost como exemplos simétricos das escalas em análise

E a partir de aqui, como se costuma dizer, *in medio virtus*. A grande maioria de *openings* das nossas séries atuais de televisão, que têm sido reconhecidas e gabadas pela sua qualidade, capacidade metafórica, originalidade, e até valor artístico, encontram-se no campo do GFM medio e do $i:A/a=1$ ¹⁶⁴. Aí se encontra *Mad Men* (Matthew Weiner, AMC: 2007), com esse “homem que cai” entre arranha-céus, numa clara homenagem aos genéricos de *Con la muerte en los talones*¹⁶⁵ (*North By Northwest*¹⁶⁶, Alfred Hitchcock, 1959) criados por esse maior de todos, Saul Bass¹⁶⁷; *Sete Palmos de Terra* (*Six Feet*

164. Esta generalização, como se poderá facilmente prever, cai num reducionismo não só não concreto como incorreto, pois existem excelentes *openings como logo* (GAM baixo e $i:A/a=0$), nomeadamente o desenhado por Imaginary Forces para *Gossip Girl* (Stephanie Savage, Josh Schwartz, CW: 2007-), tão capazes de concentrar a essência da série como qualquer *opening* de maior complexidade ou duração. Do mesmo modo, a criação de uma peça independente *ex profeso* tão pouco assegura a qualidade, nem a mestria da obra no âmbito da análise.

165. NT: Nome do filme tal como foi estreado em Espanha. Em Portugal, intitulou-se “Intriga Internacional”.

166. N. T: Em Portugal, com o título “Intriga Internacional”.

167. De facto, a influência destes genéricos é tão importante que David Fincher (que já tinha trabalhado com Kyle Cooper em *Se7en*/"*Sete crimes capitais*") propôs conceber o seu filme *La habitación del pánico* (*Panic Room*/"*Sala de Pânico*", 2002) uma espécie de *Con la muerte en los talones* do século XXI, com o genérico realizado com tecnologia CGI em modo de perspectiva com os edifícios e os arranha céus de Nova York. Um genérico *diegetizado*, segundo a nossa tipologia que, posteriormente, a série *Fringe: al límite* ("Fringe", J.J. Abrams, Alex Kurtzman, Roberto Orci, FOX: 2008-2012) reformularia para os seus títulos informativos de de espaço e de tempo (Bort, 2012: 365-420).

*Under*¹⁶⁸, Alan Ball, HBO: 2001-2005), uma ode cheia de simbolismo sobre a vida após a morte, e a própria morte, também acompanhada de um *theme* composto por Thomas Newman claramente devedor do seu *score* para *American Beauty*; *Dexter* (James Manos Jr., Showtime: 2006), esse “ramerame matutino”, ou como conjugar múltiplas formas de matar na rotina do dia a dia através do plano de detalhe¹⁶⁹; ou *True Blood*¹⁷⁰ (Alan Ball, HBO: 2008), uma complexíssima sequência que junta a história da América profunda com o êxtase dos instintos e das pulsões — sexuais, religiosas, animais — entre muitas outras. Peças concebidas por aquelas companhias mais de vanguarda do mundo no domínio da criação destes conteúdos, proporcionando ao ávido analista profundíssimos estudos para os quais remetemos, como sempre, para o nosso trabalho anterior¹⁷¹.

2. *To be continued... Soma e segue.*

A tendência que *detetámos* na nossa pesquisa ao longo da primeira década do novo milénio não mais fez do que se prolongar nos últimos anos com a mesma força e criatividade. Os *openings* dessas sérias que atualmente todos falam, como as de *Game Of Thrones*¹⁷², David Benioff, D.B. Weiss, HBO: 2011-), um maravilhoso mapa de magia *davinciana* percorrido na visão de um pássaro, vivo e saltitante na sua atualização entre temporadas, segundo os movimentos dos territórios e dos reinos, qual *Risk* audiovisual e que se joga, consciente da sua origem literária, funcionando como a contracapa dos livros de aventuras, que estabelecem o cenário e o campo de batalha onde o leitor — neste caso, o espectador — se embrenha; ou o de *Boardwalk Empire* (Terence Winter, HBO: 2010-), no qual as narrativas de *Os Sopranos* e de *Mad Men* se unem, apresentando-nos Nucky Thompson, imperador da costa de uma Atlantic City inundada — literalmente — ao amanhecer por

168. N. T.: Em Portugal, a série intitulou-se “Seis palmos de terra”.

169. Este muito premiado e reconhecidíssimo *opening*, realizado pela empresa Digital Kitchen — tal como o de *A dos metros bajo tierra* — emprega — mais concretamente, desenvolve e aperfeiçoa — uma ideia que já tinha sido esboçada no genérico de um filme anterior: *American Psycho* (Mary Harron, 2000), de temática similar — a vida delirante de um *serial killer* contemporâneo e assumido pela sociedade — explorando as semelhanças entre cozinhar e matar, o sangue e o xarope.

170. N. T.: Em Portugal, a série foi intitulada “Sangue Fresco”.

171. BORT, Iván, *op. cit.*

172. N. T.: Em Portugal, a série foi intitulada “Guerra dos Tronos”.

garrafas de bebidas alcoólicas da Lei Seca — para as quais se dirige com determinação durante o *main title shot*: corrupção e vaudeville servidos numa cigareira de ouro.

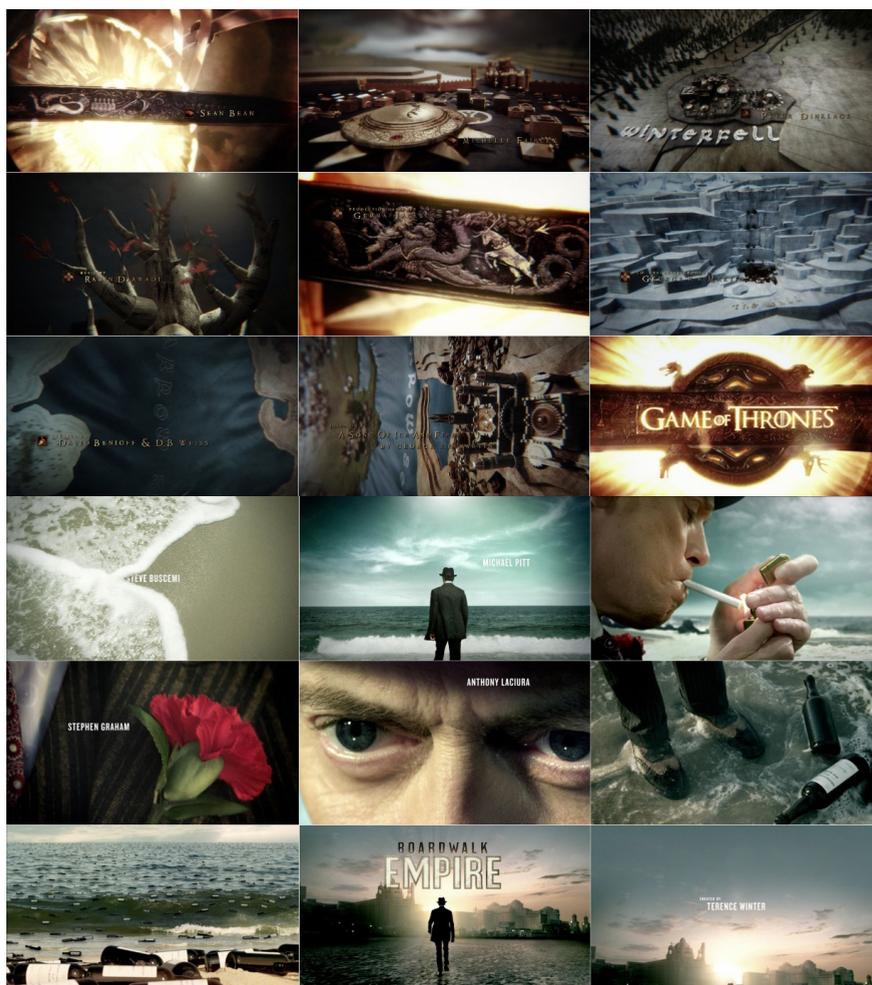


Figura 92 - Fotogramas da abertura de *Guerra dos Tronos* e *Boardwalk Empire*

Na repetição sistemática destes motivos nos inícios dos episódios das series — sejam ou não precedidos de outros de distinta natureza formal, como sucede nos *teasers* ou nos *previously* —, que convidam à automatização acrítica do seu visionamento em involuntária conspiração e auto-boicote por parte do espectador, na sua ânsia por continuar a visionar as absorventes tramas, reside, em última instância, esse querer «despir a stripteaser», esse querer saltar as fortes significações que irrompem nestes prodigiosos presságios da história. Um dos exemplos mais ilustrativos de toda esta trama entre cinema e televisão que temos vindo a analisar, reporta ao *opening* de *American Horror Story* (Ryan Murphy, Brad Falchuk, FX: 2011), uma intrincada peça de terror psicológico que homenageia, com tanto de óbvio na citação como de critério na sua reformulação, os padrões estéticos daquela sequência que foi considerada o “*Vertigo*”¹⁷³ da nova idade de ouro dos genéricos: os de *Se7en* (David Fincher, 1995) a cargo de Kyle Cooper.

O trabalho de Cooper para *Se7en* encenou a entrada diabólica na toca do assassino, uma viagem alucinante e privilegiada para o espectador — no exercício de uma onisciência narrativa— ao interior do pesadelo do *louco são*, o fascínio pela «estética *hardcore* e pela veneração do mal no seu estado puro, sem intermediários e seus símbolos: através de um complexo jogo referencial, de carácter claramente pós-moderno, somos arrastados pelo assassino para o seu terreno»¹⁷⁴. Composição, tipografia, montagem, fotografia, música¹⁷⁵... tudo constituía uma obra opulenta, inquietante e esmagadora, riscada e rachada¹⁷⁶, como a própria mente do psicopata do filme¹⁷⁷.

173. É sobejamente conhecido, e já não só por especialistas do campo dos genéricos, mas também por todo o conhecedor da historiografia cinematográfica, que o trabalho que Saul Bass desenvolveu para *Vertigo* (Alfred Hitchcock, 1958) é considerado como a obra magna dos genéricos, ponto de inflexão, de antes e de depois, que se converteria num marco duradouro.

174. Rubio, Agustín, *Guía para ver y analizar Seven*, Valência: Nau Llibres y Octaedro, 2004, p. 31.

175. O tema seleccionado constitui uma variação de “Closer” de *Nine Inch Nails*.

176. Cooper reconheceu certa vez, que uma das homenagens que pretendia levar a cabo com a sua sequência para *Se7en* era a Stan Brakhage, um desenhador de vanguarda, artesão até ao último grau, cujo trabalho consistia na manipulação sobre o próprio fotograma, de modo direto, sem computadores de algum tipo. Brakhage trabalhava com a película fotográfica gerando composições abstratas, sujas, motivantes, raspando manualmente o fotograma para nele inscrever, literalmente, os títulos dos genéricos dos seus filmes.

177. Curiosamente encarnado, no magistral trecho final filme, pelo “não-titulado” — decisão muito significativa que conjuga a narração gramática com os genéricos — o ator Kevin Spacey, com quem

O *opening* de *American Horror Story* resulta hipnótico, suscitando, logo desde o seu início, uma resposta emocional imediata do público. Mostra coisas aterradoras que sucedem numa fração de segundo. A sequência, a modo de introdução ao horror, diz-nos: «Preparam-se, esta série é sobre isto». Ryan Murphy, o criador da série recorreu propositadamente à mesma equipa dos genéricos de *Se7en*, com Kyle Cooper à frente. Procurava assumidamente condensar a estética cinematográfica do *show*, do género a que reportava e, ao mesmo tempo, a finalidade utilitária — de que não se deve esquecer, — de mostrar as identidades dos personagens principais e outras informações usualmente existentes neste tipo de sequências. Com *American Horror Story* a pretensão de objetivar o tema da história, o tom e o ambiente no qual se vai desenrolar é indiscutível. Não se trata de uma série agradável, nem confortável, nem uma história convencional. O imaginário sinistro deveria definir o tom e reportar ao passado sinistro da casa assombrada, mas sem revelar demasiado; por isso o guião visual foi inspirado no Mutter Museum, um museu muito macabro, localizado em Filadélfia, dedicado a monstruosidades humanas em frascos, fetos e figuras deformadas, retratando, no mesmo espaço e ao mesmo tempo, como a figura humana pode ser tão normal e tão anormal. A iluminação de tudo o que a câmara se atreve a mostrar, reporta a um velho e abandonado laboratório de sótão, cenário tantas e tantas vezes explorado para o terror, a experimentação bizarra e o medo do desconhecido. De facto, a imagem em movimento de umas pernas que descem escadas, ou outra, onde vemos a partir do andar de cima um sujeito aterrador que nos interpela, participam com mestria deste jogo referencial. Estrategicamente, o *opening* inscreve, além disso, entre estas imagens fugazes, retratos de crianças que nos olham e que parecem congeladas no tempo, material fotográfico preservado, tentando humanizar a monstruosidade, explorando o componente sinistro ao extremo. A montagem, perturbante e frenética, acentua esses momentos em que se *sente* que já se viu alguma coisa, mas se não pode afirmar categoricamente, nem sequer sabe ao certo, o que é, elemento fantasmagórico que se descortina na história de fantasmas a relatar

abrimos as páginas atrás, também graças à sua personagem de Lester Burnham em *American Beauty*.

na série. A música escolhida, uma que é assustadora, perturbadora, experimental, estática - no sentido eletroacústico do termo -, intitulada “Creature”, inspirada em *Nine Inch Nails* e composta por Cesar Davila-Irizarry, é um conjunto de efeitos de som distorcidos e manipulados ao invés das melodias convencionais memoráveis que usualmente definem os *themes* e que não tinham qualquer sentido neste contexto. Entretanto, por seu lado, o trabalho tipográfico, é exemplar. Fugindo ao uso generalizado de pequenos e elegantes tipos de letra dispostos em composição com o fotograma, Cooper decidiu usar grandes palavras, na totalidade do ecrã, o que possibilitou que fossem inseridas de modo rápido, e que pudessem ser lidas ainda antes de desaparecerem, queimadas, deterioradas, ardendo sobre a própria materialidade fotoquímica da película. O genérico termina - e é algo que não é muito frequente - com o *main title shot* fundido em chamas, para se acabar decompondo, como a própria história da série, condenado a autodestruir-se em cada novo episódio.

American Horror Story, através da sua sequência de abertura, incita a esse visionamento entre os dedos das mãos que cobrem a cara de quando se está horrorizado. Não se pode olhar ou deixar de o fazer. É esta contradição de atração-repulsão que, em última instância, nos oferece mais uma forma de gozar o striptease da dançarina.



Figura 93 - Fotogramas dos trabalhos de Kyle Cooper para as legendas do générico de *Se7en* (1995) e para a apresentação da série televisiva *American Horror Story* (2011)

O lugar mais erótico de um corpo não é, por caso
*aquele, onde o vestido se abre?*¹⁷⁸

178. BARTHES, Roland, *op. cit.*, p. 19.

Bibliografía

- BARTHES, Roland, *El placer del texto y lección inaugural*, Madrid: Siglo XXI Editores, 2004.
- BORT, Iván, *Nuevos paradigmas en los telones del relato audiovisual contemporáneo: partículas narrativas de apertura y cierre en las series de televisión dramáticas norteamericanas*, tese de doutoramento orientada por Dr. Francisco Javier Gómez-Tarín, Castellón: Departamento de Ciencias de la Comunicación, Universitat Jaume I, 2012.
- ECO, Umberto, *Apocalípticos e integrados*, Barcelona: Lumen, 1984.
- GENETTE, Gérard, *Figuras III*, Barcelona: Lumen, 1989.
- GÓMEZ-TARÍN, Francisco Javier, *Elementos de narrativa audiovisual, expresión y narración*, Santander: Shangrila, 2011.
- METZ, Christian, *L'énonciation impersonnelle ou le site du film*, París: Klincksieck, 1991.
- RUBIO, Agustín, *Guía para ver y analizar Seven*, Valencia: Nau Llibres y Octaedro, 2004.
- SÁNCHEZ-BIOSCA, Vicente, «En alas de la danza: *Miami Vice* y el relato terminal» em *El relato electrónico*, Jiménez Losantos, Encarna y Sánchez-Biosca, Vicente (Eds.), Valencia: Ediciones Textos de la Filmoteca, número 4, 1989.
- SOLANA, Gema y BONEU, Antonio, *Uncredited, diseño gráfico y títulos de crédito*, Barcelona: Index Book, 2008.
- VALENCIA, Javier J., *David Lynch, el zar de lo bizarro*, Barcelona: Cameo, 2006.

Cinema: animação

A ECONOMIA NARRATIVA NA ERA DA MODERNIDADE LÍQUIDA. ANÁLISE DE ALGUNS CASOS DO CINEMA DE ANIMAÇÃO ESPANHOL CONTEMPORÂNEO

Maria Soler-Campillo e Javier Marzal-Felici
/ Universitat Jaume I de Castellón

1. O reconhecimento ou *anagnorisis* estrutural como estratégia discursiva

Nas páginas seguintes vamos centrar a nossa atenção na análise de três filmes de animação espanhóis contemporâneos – *Planet 51* de Jorge Blanco, Javier Abad y Marcos Martínez (2009), *Arrugas* de Ignacio Ferreras (2011) y *Las aventuras de Tadeo Jones* de Enrique Gato (2012) –, filmes que nos parecem especialmente interessantes para exemplificar a colocação em prática do princípio da economia narrativa, isto é, a capacidade para poder transmitir uma grande quantidade de informação com muito poucos recursos expressivos e narrativos.

Como é sabido, este princípio de economia narrativa é característico do cinema mainstream, quer dizer, do modelo de representação institucional cinematográfico, em especial de produção hollywoodesco, como se pode constatar exemplarmente em filmes dos estúdios Pixar, entre cujas produções se destacam a saga *Toy Story* –John Lasseter, 1995 – ou *Up* – Pete Docter e Bob Peterson, 2009 –, e DreamWorks, com grandes êxitos comerciais como a saga *Shrek* – Andrew Adamson e Vicky Jenson, 2001 – ou *Madagascar* – Eric Darnell e Tom McGrath, 2005.

Em *Planet 51* e *Las aventuras de Tadeo Jones* podem-se encontrar numerosas referências cinematográficas que configuram textos fílmicos resultantes do cruzamento, entrelaçamento e sobreposição de citações mais ou menos subtis a dezenas de filmes muito conhecidos do grande público, exemplificando a tendência dominante no cinema hegemónico contemporâneo para as hibridações discursivas¹⁷⁹. Esta constatação deve levar-nos a perguntar porque é tão relevante no cinema mainstream hegemónico esta tendência.

A resposta pode vir pela mão do conceito de reconhecimento, também conhecido na retórica clássica como *anagnórisis* (Aristóteles) ou *anamnésis* (Platão), enquanto tentativa de explicação do funcionamento textual de certo tipo de relatos^{180 181}, e que estudámos noutra lugar, a propósito do melodrama cinematográfico¹⁸². Cave expõe as diferentes teorias sobre a *anagnórisis* em Aristóteles, Plutarco, Diderot, Hegel, etc. até chegar a Barthes para passar, na continuação, à aplicação deste conceito à análise de fragmentos de obras clássicas como a *Odisseia*, de Shakespeare, Balzac, Conrad, James, etc., chegando inclusivamente a sublinhar a importância desta noção na teoria psicanalítica como exposta por Freud.

De certo modo, o reconhecimento é, em si mesmo, uma fonte de prazer para o espectador que reforça o efeito de identificação. A redundância e serialidade (uma propriedade tipicamente metafórica) tanto do cinema de ação contemporâneo como do melodrama fílmico (na sua produção e consumo como espetáculo), repete à saciedade as mesmas fórmulas retóricas um número ilimitado de vezes. O reconhecimento pode referir-se igualmente a objetos materiais, a estados interiores (enquanto autoconhecimento) e, sobretudo, pode funcionar como mecanismo estrutural. Deste modo, o reconhecimento constitui uma característica formal e também um veículo

179. CASERO Ripollés, Andrés y MARZAL FELICI, Javier (eds.), "Presentación. Algunas claves para la comprensión de las hibridaciones entre información y entretenimiento en el periodismo audiovisual: el infoentretenimiento en la era del espectáculo", em *Periodismo en televisión: nuevos horizontes, nuevas tendencias*, Zamora e Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2011, pp. 11-22.

180. CAVE, Terence, *Recognitions*, Oxford: Clarendon Press, 1988.

181. BALLÓ, Jordi e PÉREZ, Xavier, *Yo ya he estado aquí. Ficciones de la repetición*, Barcelona: Anagrama, 2005.

182. MARZAL FELICI, Javier, *David Wark Griffith*, Madrid: Cátedra, 1998.

de temas de conhecimento¹⁸³. Para nós, o conceito de reconhecimento tem grande valor enquanto elemento estrutural, podendo-se exprimir em diferentes dimensões: iconográfica ou plástica, actancial ou de personagens, espacial, narrativa e musical. A posição da audiência perante uma narração própria do cinema hegemónico (ou do relato melodramático) é a do reconhecimento de certos valores que, de modo recorrente, foram reforçando a própria noção de relato que o público acabou por interiorizar. Terence Cave assinala que existe uma relação simbiótica entre o efeito estrutural de reconhecimento e as relações emocionais, negativas ou positivas, que o espectador experimenta durante o consumo cultural que, sem dúvida, permite ao espectador assumir uma posição de superioridade informacional a respeito dos personagens.

A nosso ver, o reconhecimento ou familiaridade das estruturas antes enunciadas ajuda-nos a compreender que numerosos filmes do cinema de animação hegemónico, como acontece com *Planet 51* ou *Las aventuras de Tadeo Jones*, são fruto de uma rica e complexa hibridação de discursos audiovisuais e textos que acabam por tecer a complexa trama das obras, assim conseguindo cativar e seduzir o espectador. No contexto da cultura popular contemporânea, este parece ser um autêntico princípio regente que explica o grande êxito de público do cinema hegemónico, ao reconhecer e reconhecer-se nas referências a outros filmes e outras formas de expressão e comunicação.

Em nossa opinião, estas práticas audiovisuais tomam irremediavelmente como modelo-padrão o discurso publicitário, não apenas pela sua eficácia comunicativa, como, sobretudo, pela sua capacidade persuasiva e comercial, assunto que impregna a totalidade das práticas significantes na era da modernidade líquida, como afirma Bauman¹⁸⁴, que deve ser relacionado com um determinado regime económico que rege o universo audiovisual contemporâneo.

183. CAVE, Terence, *Op.Cit.*, p. 4.

184. BAUMAN, Zygmunt, *Modernidad líquida*, México: Fondo de Cultura Económica, 2004.

A proposta estética de *Arrugas* afasta-se, sem dúvida, destas abordagens retóricas, mesmo que aplique igualmente o princípio de economia narrativa, ainda que de um modo distinto, como veremos.

2. *Planet 51*: uma produção mainstream em estado puro

Sem lugar a dúvidas, *Planet 51* é uma produção muito singular no panorama do cinema de animação espanhol contemporâneo e, inclusivamente, no cinema espanhol em geral. Com efeito, o filme foi produzido por um estúdio *ad hoc*, Illion Animation Studios, com um orçamento muito elevado, mais de 55 milhões de euros (72,4 milhões de dólares), com realização de Pérez Dolset, cuja experiência anterior provinha do campo da produção de videojogos, onde conheceu um grande êxito com a série *Commandos*. O modelo empresarial que aplicaram reproduz a estrutura de produção dos grandes estúdios como a Pixar ou a Dreamworks, com o desenvolvimento de tecnologia específica para a produção de animação 3D, num ambiente de multiprodução simultânea¹⁸⁵, um forte investimento em Investigação e Desenvolvimento (I+D), a participação de mais de 300 profissionais, muitos trazidos do estrangeiro, e a criação de uma área de formação na própria produtora para a captação de talentos e futuros trabalhadores. *Planet 51* é uma coprodução internacional na qual participaram, além da Illion Animation studios, outros sócios produtores como a Lem Films, do Reino Unido, Chuck & Lem A.I.E., Antena 3, Home Made Films International e Canal+. Também participaram no financiamento do filme o Ministério da Cultura, o ministério da Indústria, Turismo e Comércio e o Instituto de Crédito Oficial. *Planet 51* é, portanto, um filme espanhol (73%) e britânico (27%). O carácter internacional da produção está patente na própria composição da equipa técnica e artística do filme, com atores e atrizes que dão voz aos protagonistas como Dwayne Johnson (capitão astronauta Charles T. Baker), Jessica Biel (Neera) ou Gary Oldman (General Grawl), ou com a participação de Joe Stillman

185. MARTÍN NÚÑEZ, Marta, “Planet 51 ó la pixarización de la industria de animación española” em *L’Atalante. Revista de Estudios Cinematográficos*, nº 10. Valencia: Cineforum L’Atalante, julio-diciembre, 2009, pp. 26-31.

como guionista (anteriormente guionista de *Shrek* e *Shrek 2* [Andrew Adamson, Kelly Asbury e Conrad Vernon, 2004]), ou a composição musical de James Brett, muito reconhecidos internacionalmente.

Poderia afirmar-se que uma das chaves do êxito de bilheteira de *Planet 51*, com um título de distribuição em inglês que marca a vocação internacional da produção, é o facto de que a película não parece em nenhum momento um filme de animação espanhol, mas antes que possui as características de um filme de produção norte-americana, da Pixar ou da Dreamworks, com evidentes referências à cultura dos Estados Unidos. Com efeito, *Planet 51* é um filme que remete constantemente para o horizonte cultural de um mundo anglo-saxónico e, em especial, norte-americano. Neste sentido, como já ocorria com os filmes da saga *Shrek*, que contaram com o mesmo guionista, Joe Stillman, um dos elementos fundamentais da trama narrativa é a constante referencia a outros relatos e filmes da cultura norte-americana e, por extensão, da cultura popular. Assim, pois, *Planet 51* baseia-se principalmente na hibridação discursiva como mecanismo que dá sentido e tece significações do filme, através da paródia e do pastiche. Com efeito, trata-se de um filme construído sobre a base de remediações¹⁸⁶ e transtextualidades^{187 188}, com a cumplicidade do espectador, que participa assim na construção de sentido do filme.

A trama do filme baseia-se num divertido equívoco: o astronauta Charles «Chuck» T. Baker aterra no Planeta 51 onde habita uma espécie alienígena de seres verdes que parecem viver na América do Norte dos anos 50. A ação decorre na cidade de Cliforg, uma localidade tranquila e harmoniosa que, mesmo visualmente, relembra poderosamente qualquer pequena cidade da “América profunda” (os bosques de abetos e a proximidade do deserto recordam paisagens de cidades próximas das montanhas rochosas dos Estados Unidos). Os seus habitantes vivem em casas de cores vivas, com um peque-

186. BOLTER, J. David y GRUSIN, Richard, *Remediation: Understanding New Media*, Cambridge: MIT Press, 2000.

187. GENETTE, Gérard, *Nouveau discours du récit*, Paris: Seuil, 1983.

188. GENETTE, Gérard, *Figuras III*, Barcelona: Lumen, 1989.

no jardim individual e cercas brancas, com um ritmo de vida pausado, e só temem ver essa harmonia rompida pela chegada de qualquer elemento estranho que possa fraturar o seu quotidiano monótono. Precisamente nos anos 50, a “guerra fria”, simbolizada pelo fantasma do inimigo soviético a abater e da guerra nuclear, exprimia o medo atávico da perda da sua harmoniosa felicidade.

O par protagonista, formado por Lem, jovem astrónomo, e Neera, a rapariga que ele deseja, remete-nos para a típica trama amorosa tão frequente em centenas de filmes adolescentes. Enquanto tem lugar um *barbecue* no jardim da casa dos vizinhos de Lem, uma celebração muito típica da classe média americana, uma nave aterra no meio do jardim (detetada na Base secreta 9, de pesquisa extraterrestre, ao som de «Be Bop a Lula» de Gene Vincent e Tex Davis, tema de 1958), causando estupefação entre os presentes: o veículo espacial exhibe a bandeira americana e o logótipo da NASA, a agência espacial daquele país. Da nave sai o astronauta «Chuck» Baker, enquanto se ouve *Assim falou Zaratrusta* de Richard Strauss, inconfundível música que identificamos com *2001: uma odisseia no espaço* de Stanley Kubrick, que o próprio astronauta cantarola, enquanto crava a bandeira norte-americana no solo extraterrestre. Chuck representa o típico americano médio – alto, ruivo e de raça caucasiana–, extrovertido, simpático e muito emocional, com o qual se identificaria qualquer adolescente norte-americano médio. Para sua surpresa, Chuck descobre que o Planeta 51 é habitado por uma civilização extraterrestre que fala o seu idioma perfeitamente e que vive numa versão da América dos anos cinquenta, como ele mesmo verifica. Perseguido pelo exército, liderado pelo General Grawl, sob a orientação do cientista louco Professor Kipple, do qual fugirá com a ajuda do jovem Lem e de uma sonda espacial terrestre, Rover, chegada ao Planeta 51 algum tempo antes, Chuck tratará de recuperar a sua nave para regressar à Terra, tendo de confrontar-se com a intolerância e o medo dos habitantes do dito planeta.

O arranque do filme indica perfeitamente que nos encontramos ante um horizonte cultural próprio do cinema norte-americano. Com efeito, um jovem par está sentado num carro descapotável contemplando a vista desde o alto

de uma colina donde se vê uma cidade iluminada em plena noite, que relembra poderosamente imagens que pudemos ver anteriormente em outros filmes, como *E. T. o extraterrestre* (Steven Spielberg, 1982). De repente, uma enorme nave espacial alienígena faz a sua aparição e começa a perseguir o carro, com inequívoco aspeto dos anos cinquenta do século passado, até que vemos uns militares que enfrentam sem êxito o invasor. Pouco depois descobrimos que, na realidade, se trata de uma película que está sendo vista numa sala de cinema por um público principalmente adolescente: deste modo, a referência ao próprio cinema, a forma de entretenimento mais popular nos anos cinquenta, permite enquadrar a própria história, com um tipo de filme projetado que era muito habitual nos Estados Unidos dos anos 50, quando o cinema de ficção científica de série B tinha um enorme êxito (filmes de Gordon Douglas, Robert Wise, Byron Haskin, William Cameron Menzies, Roger Corman, etc.), e que expressavam os medos da sociedade da época. A apresentação do espaço da ação, Clipford, faz-se ao som da canção *Lollipop* de Julius Dixon e Beverly Ross, de 1958, de inconfundíveis reminiscências da época.

A hostilidade dos habitantes do Planeta 51 relembra poderosamente muitos argumentos de filmes de grande êxito durante a «guerra fria» como *O dia em que a terra parou* (Robert Wise, 1951), na qual o extraterrestre vem em paz, e é recebido com hostilidade pelo exército, como em *Planet 51*, mas também outras películas da época que se vêm refletidas no filme-catástrofe *Humaniacs II*, projetado na própria película, como *A guerra dos mundos* (Byron Haskin, 1953), *Invasores de Marte* (William Cameron Menzies, 1953) o *O mundo em perigo* (Gordon Douglas, 1954), filmes de indubitável tom apocalíptico, parodiados aqui de distintas formas. As referências à América dos anos 50 se vê reforçada sobretudo pelas canções populares da época: por exemplo, pouco antes da aterragem da nave terrestre ouve-se a famosa canção *Mr. Sandman* de Pat Ballard, de 1954; quando tem lugar a perseguição de Rover, a sonda espacial de Chuck Baker, pelos soldados numa sala de bowling –espaço típico de lazer da juventude americana–, ela acontece ao ritmo de *Ding Ding A Boom Boom*, canção muito conhecida de Chris Cawte,

e, em especial, ao som de *Long Tall Sally*, blues-rock escrito por Robert Blackwell, Enotris Johnson e Richard Penniman, de 1956, muito conhecido popularmente; ou durante o concurso de disfarces, Chuck e Lem dançam ao ritmo de *Greased Lightin'* de Jim Jacobs e Warren Tracy, recordando o famoso filme *Grease* (Randal Kleiser, 1978), ambientado também nos anos 50.

Mas as referências ao cinema não terminam aqui, seguindo na esteira das produções da Pixar e da Dreamworks, muito dadas a incluir grandes quantidades de referências explícitas ao meio fílmico nas suas películas. A base ultra-secreta 9 relembra poderosamente a famosa base aérea do exército norte-americano de Roswell, da área 51 (que parece ter inspirado o título do filme), presente na película *Independence Day* (Roland Emmerich, 1996); a mascote de uma mulher, que atua como uma espécie de cão de companhia, é um monstro inspirado em *Alien, o oitavo passageiro* (Ridley Scott, 1979), e escapará na nave de Chuck de regresso à Terra; a sonda espacial Rover tem uma semelhança assombrosa com o robot protagonista de *WALL-E* (Andrew Stanton, 2008), cujo comportamento, como uma espécie de animal de estimação, resulta muito simpático e divertido para o espectador: quando começam a chover pedras, algo habitual no Planeta 51, a sonda Rover põe-se a dançar ao som de *Serenata à Chuva* (Gene Kelly e Stanley Donen, 1952), emulando a famosa sequência protagonizada pelo cantor e bailarino Gene Kelly; quando alguns alienígenas, de aspeto físico que recorda o ogre Shrek (Andrew Adamson y Vicky Jensen, 2001), se preparam para defender-se do astronauta terrícola, como força de proteção civil, um personagem mostra uma espécie de manual de instruções que remete para a invasão de formigas gigantes (*O mundo em perigo*, Gordon Douglas, 1954), de monstros marinhos (referência icónica ao monstro do filme *O monstro da lagoa negra*, Jack Arnold, 1954) e para a invasão de mulheres de 50 pés (referência explícita ao filme *Attack of the 50 foot woman*, Nathan Juran, 1958); quando Chuck Baker, o astronauta, se encontra pela primeira vez com Lem, o jovem astrónomo, pergunta-lhe se não será uma espécie de «Yoda com mil anos», clara alusão à *Guerra das estrelas* (George Lucas, 1977) e, noutro momento, quando Chuck explica a Lem como conquistar Neera, soa o tan-

go *Por una cabeza* de Carlos Gardel que aparece em *A verdade da mentira* (James Cameron, 1994); ou quando Chuck, ao ser entrevistado por um jornalista ante as câmaras de televisão, coloca uns óculos de sol enquanto diz «Sayonara, baby», numa clara alusão a *Terminator II* (James Cameron, 1991); etc. Mas as referências mais explícitas de *Planet 51* são ao famoso filme de Steven Spielberg, *E.T., o extraterrestre* (1982), como assinalámos noutra lugar¹⁸⁹: a mesma ideia do menino que esconde um ser de outro planeta e que o ajuda a regressar ao seu planeta de origem, evitando a experimentação científica, é o fio narrativo de *Planet 51*. Como Elliott no filme de Spielberg, Lem esconde o extraterrestre debaixo de uma manta para não ser descoberto, leva-o a uma festa de máscaras alienígenas, ou mostra-lhe a imagem de Chuck voando à frente da lua, imagem mítica que se converteria no próprio cartaz do filme *E.T., o extraterrestre*.

Definitivamente, *Planet 51* é um filme que não parece em nenhum momento um filme de animação espanhol, dado que a sua vocação é manifestamente transnacional, algo bastante similar ao que acontece com *Las aventuras de Tadeo Jones*.

3. As aventuras de Tadeo Jones: um filme na esteira do cinema *mainstream*

Podemos afirmar que o filme *Las aventuras de Tadeo Jones*, de Enrique Gato, constitui um dos acontecimentos mais importantes da bilheteira cinematográfica da história do cinema de animação espanhol. A película foi estreada a 31 de agosto de 2012, e acumulou em quatro meses mais de 250.000 espectadores nas salas de cinema de Espanha, com uma receita superior a 17 milhões de euros (22,5 milhões de dólares), segundo dados oficiais do Ministério de Educação, Cultura e Desporto. Na produção participaram as produtoras El Toro Pictures, Ikiru Films, Lightbox Entertainment, Telecinco Cinema, Telefónica Producciones e Media Networks, e teve um orçamento estimado em 8 milhões de euros (10,6 milhões de dólares). A distribuição internacional do filme, a cargo da Paramount Pictures, tem confirmada a sua estreia na China, Rússia, Coreia do Sul e também noutros países europeus

189. MARTÍN NÚÑEZ, *op. cit.*

e nos Estados Unidos. Diferentemente de *Planet 51*, neste filme contou-se com menos recursos económicos e uma equipa técnico-artística integrada por uma centena de profissionais, a maioria espanhóis, substancialmente inferior à da película de Jorge Blanco, Javier Abad e Marcos Martínez. A receita em bilheteira de *Las aventuras de Tadeo Jones* só foi superada pelo filme de Juan Antonio Bayona *Lo imposible*, produção internacional (com protagonistas como Naomi Watts ou Ewan McGregor) que teve 30 milhões de euros de orçamento (39,7 milhões de dólares) e já alcançou 35 milhões de euros de receita (46,3 milhões de dólares) desde a sua estreia no passado 11 de outubro de 2012.

Da mesma forma que *Planet 51* (2009), *Las aventuras de Tadeo Jones* é um filme de animação que está concebido para uma distribuição internacional e um público global. Com efeito, a película é construída com base na paródia e no pastiche como formas de hibridação, de «transtextualidade»¹⁹⁰ ¹⁹¹ ou de «remediação discursiva»¹⁹², que desafia a memória do espectador e o convida a resgatar da sua memória os ecos ou reminiscências de numerosos filmes clássicos e contemporâneos. Em definitivo, *Las aventuras de Tadeo Jones* é uma película que não parece em muitos momentos um filme de animação espanhol, sendo a sua vocação manifestamente transnacional. Todo o filme está carregado de citações de *Os salteadores da arca perdida* de Steven Spielberg (*Indiana Jones: Raiders of the Lost Ark*, 1981), assim como da série de televisão produzida por George Lucas *As aventuras do jovem Indiana Jones – The Young Indiana Jones Chronicles*, 1992 – e o seu êxito baseia-se na remediação / rememoração da história do arqueólogo aventureiro, Indiana Jones, que inspira o próprio título do filme (mencionado explicitamente pelo Dr. Miguel Humbert no filme). Tadeo Jones sonha desde menino em ser um arqueólogo aventureiro, mas, contudo, quando chega a adulto, é um operário que trabalha na construção das obras do metro de uma cidade americana, mantendo, porém, o seu sonho de viver aventuras.

190. GENETTE, Gérard, *op. cit.*, 1983.

191. GENETTE, Gérard, *op. cit.*, 1989.

192. BOLTER, J. David y GRUSIN, Richard, *op. cit.*

Tadeo declara-se admirador do arqueólogo Max Mordon (imitação de René Belloq, no filme de Spielberg), e tem um bom amigo especialista em arqueologia, o professor Humbert, no Museu Metropolitano da cidade (reprodução do Dr. Marcus Brody do filme original). A única coisa que parece indicar a origem espanhola do protagonista, além do nome —Tadeo—, é o próprio aspeto físico que não corresponde ao perfil étnico anglo-saxónico (moreno, de barba cerrada, cara redonda, olhos castanhos, etc., e no seu passaporte consta que nasceu em Valladolid, piscadela de olho à origem do realizador do filme, Enrique Gato). A maioria dos cartazes, documentos e sinalética da primeira parte do filme estão em inglês, o que nos situa numa cidade norte-americana, que deduzimos seja Chicago, ao usar um mapa que descreve a viagem de Tadeo desde essa cidade até Cusco (Peru), ao estilo da saga de *Indiana Jones*, na qual se utilizava um mapa animado semelhante.

Se no filme de Spielberg, a mulher protagonista em torno da qual acontece a constante tensão amorosa é Marion Ravenwood, em *Las aventuras de Tadeo Jones* este papel é interpretado por Sara Lavrof, filha do arqueólogo Dr. Miguel Humbert, com os correspondentes matizes. Em *Indiana Jones*, um dos ajudantes do Dr. Jones é Sallah, que vive no Egito, enquanto que em *Tadeo Jones*, quem faz de ajudante é um guia local peruano, Freddy, que reúne todos os tópicos do sul-americano aventureiro (vendedor de bugangas, suposto pai de família numerosa, facilitador de coisas, amante de telenovelas, aficionado pelo jogo, etc.). Na película de Spielberg, os *maus* eram os nazis, dirigidos pelo inquietante Mayor Arnold Toht, em *Tadeo Jones* é Kopponen e o seu exército de mercenários sem escrúpulos, dirigidos, inicialmente em segredo, pelo popular arqueólogo sem escrúpulos Max Mordon. A sequência do comboio, na qual o malvado Kopponen procura aceder ao mapa de Paititi, recorda poderosamente uma sequência similar de *O regresso da múmia* (*The Mummy Returns*, Stephen Sommers, 2001), segunda parte da saga em que o filho do casal protagonista é sequestrado pelo sacerdote Im-Ho-Tep, assim como a sequência da fuga em balão que também recorda o citado filme. Enquanto seguem o desenlace da telenovela *La oculta pasión de Esmeralda* no balão, ouve-se a famosa revelação da paternidade

de um personagem, parodiando a de Dark Vader a Luke Skywalker quando lhe comunica «eu sou o teu pai» da saga *Star Wars, Episódio V: o império conta-ataca* (*StarWars. Episode V: The Empire Strikes Back*, Irvin Kershner, 1980). A sequência da grande bola de fogo que os persegue dentro do templo de Paitiqui, ou a própria escultura inca de ouro parecem citações literais da sequência inicial de *Os salteadores da arca perdida* de Steven Spielberg.

Mas, como é lógico, o filme de Enrique Gato também contém elementos originais como os dois personagens aparentemente menores —o divertido cachorro Jeff e o inteligente, versátil e serviçal pássaro Belzoni— que constituem um dos ganchos de atração mais importantes do filme, para disfrute dos mais pequenos. Em geral, há que destacar o ritmo trepidante de *Las aventuras de Tadeo Jones*, que não diminui a tensão em quase toda a película e mantém constantemente a atenção do espectador, graças ao inteligente e hábil guião de Javier Barreira e Gorka Magallón.

Por outro lado, a mise en scène segue a tradição do cinema *mainstream*, baseado na ideia de espetacularização. O próprio arranque do filme pode servir para ilustrar o que dizemos, em especial o *opening* da película, espécie de partícula narrativa que aparece antes do genérico do filme. Um espetacular *travelling* de helicóptero de um extenso desfiladeiro conduz-nos até uma vista geral de uma impressionante pirâmide, que poucos segundos depois descobrimos que corresponde a um sonho de infância do jovem Tadeo enquanto brinca no jardim de sua casa.

Tadeo é um menino que sonha ser em adulto um intrépido aventureiro-arqueólogo, que enfrenta os medos próprios da sua idade, como as sombras da noite, que relembram os medos do menino de *Poltergeist* (Tobe Hooper, 1982), quando fica às escuras na sua casa. Com efeito, até aqui tudo parece bastante normal: encontramos-nos ante um relato sintético da infância de Tadeo Jones, realizado com domínio significativo da economia narrativa que nos recorda filmes tão notáveis como *Up* (Pete Docter e Bob Peterson, 2009), cuja sequência inicial que resume a vida conjugal dos protagonistas (Carl Fredricksen e a sua esposa) é simplesmente magistral. Só um peque-

no detalhe parece devolver-nos, por um instante, ao universo da realidade sócio-económica espanhola na qual o filme foi produzido: a múmia que atemoriza o pequeno Tadeo relaciona-se com um placard publicitário cujo slogan diz “Não deixes que a hipoteca...TE MUMIFIQUE!! Liga-nos”, uma clara alusão à crise económica que castigou cruelmente a Espanha e o sul da Europa em 2012.

Para além dos traços do cinema *mainstream* antes citados, como a economia narrativa ou a espetacularização da mise en scène, cabe destacar outras características como o uso recorrente de impressionantes movimentos de câmara, em especial nas cenas de ação, uma composição do plano prenhe com a utilização de cores muito saturadas e enquadramentos muito carregados, o uso de uma banda sonora que apoia a todo o momento a imagem, de enorme força expressiva, uma grande variedade de posições de câmara que responde ao paradigma da transparência enunciativa, uns personagens com pouca profundidade psicológica que correspondem a estereótipos culturais e uma construção narrativa que segue uma lógica causal, um desenvolvimento linear e um desenlace com final feliz. Não devemos estranhar, pois, o grande êxito de público e crítica que o filme conseguiu em Espanha e que se anuncia em muitos outros países.

A banda musical do filme é um dos recursos que melhor oculta a origem espanhola do mesmo, com orquestrações de Zacarías M. de la Riva que recordam fortemente a conhecida partitura de John Williams para *Os salteadores da arca perdida*. As canções possuem letras em inglês (*Sweet Champagne, View, Crash & Burn* e *What makes you beautiful*), interpretadas pelo grupo em voga espanhol The Monomes, além do cativante tema final *Te voy a esperar*, escrita e interpretada por Juan Magán.

Outro aspeto não menos chamativo é o uso do *product placement* no filme, entre cujos produtos se destacam a Coca-Cola e, em especial, a companhia aérea Iberia. Ainda que o filme de Enrique Gato tenha contado com um orçamento muito mais reduzido que *Planet 51*, antes mencionado, podem-se identificar estratégias de produção e promoção muito similares: uma cui-

dada página web na qual se oferece aos internautas wallpapers, posters, calendários, cadernos de explorador e jogos de recortes (ainda que não um videojogo como se fez em *Planet 51*), assim como uma campanha de *marketing* viral, via Facebook, com atividades infantis relacionadas com a película. Em suma, *Las aventuras de Tadeo Jones* é um filme bastante singular, principalmente por duas razões relacionadas entre si: em primeiro lugar, pela sua manifesta vontade de esconder a sua própria identidade cultural; em segundo lugar, e estreitamente relacionada com a anterior, porque a produção foi concebida como um calculado produto de *marketing* cinematográfico, seguindo os passos que a grande indústria norte-americana parece estar ditando à escala planetária.

4. Arrugas: uma produção local com vocação transnacional

Arrugas é uma película de animação 2D, produzida por Perro Verde Films e Cromosoma. Diferentemente de *Planet 51* ou *Las aventuras de Tadeo Jones*, o filme contou com um modesto orçamento de 2 milhões de euros (2,63 milhões de dólares), e obteve uma receita em sala sensivelmente inferior aos filmes anteriores, com 148.000 euros (195.000\$), com cerca de 30.000 espectadores. Estreado a 4 de novembro de 2011, o filme de Ignacio Ferreras, adaptação da banda desenhada de Paco Roca, Premio Nacional de Cómic en 2008, obteve um importante reconhecimento internacional e nacional, sobretudo através de prémios e críticas, como o Goya para Melhor filme de animação e o Goya para melhor guião adaptado (ambos em 2011), uma nomeação para Melhor filme de animação nos Prémios do Cinema Europeu (2012) e o Grande Prémio para Melhor Longa metragem de Animação do Festival de Ottawa (2012).

Com efeito, o filme *Arrugas* situa-se bastante longe das abordagens de *Las aventuras de Tadeo Jones* que examinámos: trata-se de uma história de adultos que aborda um tema tão complexo (e, certamente, incómodo) como a doença de alzheimer e o universo da velhice. O enredo é muito simples, mas, ao mesmo tempo, pode revelar-se extraordinariamente familiar, mesmo num contexto transnacional: Emilio, diretor bancário aposentado

e doente de alzheimer, é colocado pelo seu filho num lar de terceira idade, onde partilha o alojamento com Miguel, um veterano do lar com muito sentido de humor e ironia, que o ajudará a evitar ser mudado para o piso superior, onde residem os despejados.

Como no caso anterior, vamos prestar atenção, em especial, ao arranque do filme, ao seu *opening*, espécie de prólogo narrativo que precede o genérico do filme.



Figura 94 - Alguns fotogramas do início de Arrugas (Enrique Ferreras, 2011)

A sequência é extraordinariamente sóbria, do ponto de vista da mise en scène, mas nem por isso menos impactante. Trata-se de uma situação que se pode revelar familiar para muitos, e que tem que ver com os efeitos da impiedosa doença de alzheimer e do envelhecimento. Emilio, protagonista da história, aparece sentado à secretária de um escritório, como homem de

meia idade, acreditando estar no escritório do banco, atendendo dois clientes que, na realidade, são o seu filho e a sua nora, que lhe estão dando o jantar. Lentamente, os papéis correspondentes ao pedido de uma hipoteca e a discussão com os clientes transformam-se num prato de sopa, acompanhado por um copo de água, uma fatia de pão e uns comprimidos sobre uma bandeja, e uma querela familiar, típica cena quotidiana de um jovem casal que tenta dar o jantar a um homem idoso em casa. A câmara adotou, de maneira ambivalente, o ponto de vista do idoso, que se debate entre o tedioso presente, marcado pela sua doença, e as memórias da sua juventude. Um fundido encadeado conduz-nos da imagem do prato de sopa que o idoso, impotente e zangado, atirou ao chão, para um céu nublado sobre o qual surge o genérico do filme, num movimento de panorâmica vertical descendente que leva à porta do asilo de idosos no qual Emilio, o nosso protagonista, foi colocado.

Diferentemente de *Las aventuras de Tadeo Jones*, os personagens de *Arrugas* não são planos; pelo contrário, possuem muitos matizes e uma psicologia complexa, sobretudo os protagonistas. Miguel, companheiro de quarto de Emílio no lar, lhe servirá de tábua de salvação para suportar o tédio e a monotonia da vida no seu novo lar e inclusivamente para superar uma inspeção médica que adie a sua transferência para o andar de cima onde se encontram os anciãos que já não podem valer por si próprios. Miguel é um homem afável, sem família conhecida, com muito sentido de humor, sempre disposto a ajudar Emílio e os outros residentes do asilo.

A galeria de personagens secundários é simplesmente extraordinária, entre os quais se destacam Ramón, um idoso com demência senil que repete constantemente a última coisa que ouve; a senhora Sol que está sempre à procura de um telefone para ligar aos filhos; o casal Dolores e Modesto, este último doente de alzheimer, ao cuidado da sua esposa; a senhora Rosario, que acredita estar sempre em viagem no transiberiano, com destino a Istambul; ou a dona Carmiña que acredita ser constantemente perseguida por extraterrestres.

Com um guião de Ángel de la Cruz, Ignacio Ferreras, Paco Roca e Rosana Cecchini, a trama narrativa do filme está construída sobre as recordações de Emilio, as quais se entrecruzam com a sordidez e a melancolia que marca a vida no lar. O ingresso de Emílio no lar traz à sua memória o seu primeiro dia de colégio; a contemplação da fotografia da sua esposa e do filho pequeno, que guarda sobre a mesa de cabeceira do seu quarto, a recordação de um feliz dia de praia. A vida vai-se consumindo entre pequenos episódios que os protagonistas, Emílio e Miguel, vivem: o banho na piscina da residência, com ambos vestidos, como ilustração da raiva de Emílio ante a vida que leva naquele lugar; a fuga de Miguel, Emílio e dona Sol num carro descapotável que termina em acidente; a visita de Emílio ao piso dos despejados; a perda –na realidade, esquecimento– dos objetos pessoais de Emilio, que o leva a rebuscar entre os objetos pessoais de Miguel e a enfrentar-se amargamente com este; a entrevista do médico com Emilio, ajudado por Miguel para que não seja trasladado para o piso de cima; etc.

A mise en scène, sóbria e sem qualquer artificialismo, com um traço limpo e claro que se afasta da animação 3D convencional, assim como a ausência de um final feliz, são outros elementos diferenciadores do cinema *mainstream*. A película, como não podia ser de outra maneira, tem um desfecho amargo, no qual Emílio nos é apresentado absolutamente tomado pela doença, imobilizado numa cadeira de rodas, ainda que agora esteja aos cuidados de Miguel. Como fazia Dolores com o seu marido Modesto, com quem não deixava de comunicar apesar da alzheimer, Miguel também se dirige a Emílio como se o pudesse entender, reagindo com um leve sorriso na face, cujo significado é simplesmente um enigma. De novo, a câmara nos devolve a um céu azul como o do genérico do filme, no qual surge uma dedicatória: “Dedicada a todos, idosos de hoje, idosos de amanhã”. Uma interpelação direta ao espectador que, perante o dramatismo da história representada, não pode deixar ninguém indiferente, e que proclama a universalidade da temática que aborda a película de Ferreras. De seguida, somos testemunhas de uma breve cena na qual um dos idosos, que podemos identificar como sendo Martín, um dos inquilinos do lar a quem Miguel conseguira um cão de com-

panhia, sofre um pequeno acidente, sem consequências, ao ir às compras ao bairro da cidade, esquecendo o animal fora do elevador enquanto sobe neste. Esta breve sequência serve como uma espécie de cena final do filme, e esboço de esperança.

Deste modo, cabe destacar que se o argumento de *Arrugas* pode parecer ao princípio uma história de caráter local, ele trata, na realidade, um tema de natureza absolutamente universal e transcultural, aspeto que explica, em grande medida, o enorme êxito da película a nível internacional e o reconhecimento da crítica e dos espectadores, onde quer que o filme tenha estreado.

Algumas conclusões: a produção glocal e o repto da internacionalização

Podia afirmar-se que os filmes estudados têm em comum serem obras de uma nova geração de cineastas que se estão a procurar adaptar a um ambiente de produção de filmes agressivo, mesmo hostil. De facto, a internacionalização do cinema, e por arrasto do cinema espanhol e europeu^{193 194},¹⁹⁵, passa por entender as regras do mercado audiovisual e utilizar estratégias de *marketing* para comercializar e promover o cinema. A recente subida do IVA para 21% para o cinema e o anunciado projeto de um novo modelo de ajudas ao cinema espanhol, pelo governo popular de Mariano Rajoy, baseado no mecenato e nos incentivos fiscais, que acaba assim com as ajudas diretas e subvenções, cria um cenário contudo mais difícil para o cinema espanhol e, em especial, para o cinema de animação, por diferentes razões.

Por um lado, o cinema de animação é um subsetor de custos muito elevados, que requiere um forte investimento de recursos técnicos e humanos. A sua relevância é mais que notória na atualidade, e o futuro da animação infográfica ainda o parece mais, pelo que resultaria lógico que este fosse objeto de um importante apoio institucional. De facto, os valores que apresentámos, em muitos casos, exprimem a impossibilidade de que o cinema de anima-

193. LÓPEZ VILLANUEVA, Javier. "Vender vino sin botellas. La producción cinematográfica ante su mutación digital", em *El productor y la producción en la industria cinematográfica*, Marzal Felici, Javier y Gómez-Tarín, Francisco Javier (Eds.), Madrid: Editorial Complutense, 2008.

194. CAMILLERI, Jean-François, *Le marketing du cinema*, Paris: Dixit, 2007.

195. CRETON, Laurent, *Économie du cinéma. Perspectives stratégiques*, Paris: Armand Colin, 2009.

ção espanhol se possa manter, a não ser com o apoio das administrações e televisões públicas e privadas, estatais ou autonómicas. Por outro lado, a animação é um campo que pode contribuir para potenciar outros setores muito próximos como o da produção de videogames, cuja relevância como indústria cultural emergente é cada vez mais notória.

Mas a internacionalização do cinema espanhol e europeu não só depende da adoção de técnicas de *marketing* ou promoção, como também do desenvolvimento de projetos de produção, de clara vocação transcultural ou transnacional, que podem relacionar-se com um público internacional. Estes casos estudados respondem a abordagens contrastantes, de um ponto de vista ideológico. Os filmes *Planet 51* e *Las aventuras de Tadeo Jones* seguem os esquemas do entretenimento tradicional mais comercial, de caráter global, que, para conseguir os seus objetivos, se serve de referentes culturais, conhecidos a nível transnacional, graças a mitos cinematográficos como *Indiana Jones*, entre outros. A película *Arrugas*, afastada do paradigma do entretenimento, relata uma história comovente que tem que ver com o problema universal, ao menos nos países do mundo mais desenvolvido, sobre o lugar dos idosos e das pessoas mais velhas na nossa sociedade. O próprio personagem do filme, Miguel, com grande lucidez, fala disso na visita guiada ao lar que faz com Emilio, a propósito da função da piscina: “Não te preocupes que não a vais utilizar nunca. É só um adorno, para impressionar os clientes... Os clientes, os que pagam as faturas, teus filhos, o governo... Eles são os clientes do lar, não tu ou eu. E a piscina é para ser vista quando vêm em visita e acreditam que isto é um hotel de cinco estrelas... Mas qual piscina qual quê, se aqui a maioria não pode nem tomar banho sem que o ajudem ...”. O filme de Ferreras põe a ênfase numa problemática não resolvida na atualidade, profundamente incómoda para qualquer espectador ocidental, não só espanhol, e que não pode deixar ninguém indiferente: o que os nossos idosos necessitam da sociedade é carinho, cuidados e tempo de dedicação, algo que parece incompatível com o modo de vida ocidental e as regras do mercado laboral, que nos são impostas. Mais universal e transnacional não pode ser a temática que propõe *Arrugas*.

O cenário da crise económica está a impulsionar os produtores a procurar alianças a nível internacional, o que não tem que implicar uma renúncia à nossa própria identidade cultural, como pudemos constatar no caso de *Arrugas*. Não obstante, devemos estar conscientes de que a luta por um significativo pedaço do mercado cinematográfico passa necessariamente pela utilização de estratégias comerciais e promocionais próprias do cinema *mainstream*, de vocação global, que representam exemplarmente *Planet 51* e *Las aventuras de Tadeo Jones*.

Bibliografía

- BALLÓ, Jordi y PÉREZ, Xavier, *Yo ya he estado aquí. Ficciones de la repetición*, Barcelona: Anagrama, 2005.
- BAUMAN, Zygmunt, *Modernidad líquida*, México: Fondo de Cultura Económica, 2004.
- BOLTER, J. David y GRUSIN, Richard, *Remediation: Understanding New Media*, Cambridge: MIT Press, 2000.
- CAMILLERI, Jean-François, *Le marketing du cinema*, Paris: Dixit, 2007.
- CASERO Ripollés, Andrés y MARZAL FELICI, Javier (eds.), “Presentación. Algunas claves para la comprensión de las hibridaciones entre información y entretenimiento en el periodismo audiovisual: el infoentretenimiento en la era del espectáculo” em *Periodismo en televisión: nuevos horizontes, nuevas tendencias*, Zamora: Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2011, pp. 11-22.
- CAVE, Terence, *Recognitions*, Oxford: Clarendon Press, 1988.
- CRETON, Laurent, *Économie du cinéma. Perspectives stratégiques*, Paris: Armand Colin, 2009.
- GENETTE, Gérard, *Nouveau discours du récit*, París: Seuil, 1983.
- GENETTE, Gérard, *Figuras III*, Barcelona: Lumen, 1989.
- LÓPEZ VILLANUEVA, Javier. “Vender vino sin botellas. La producción cinematográfica ante su mutación digital”, em *El productor y la producción en la industria cinematográfica*, Marzal Felici, Javier y Gómez-Tarín, Francisco Javier (eds.), Madrid: Editorial Complutense, 2008.

MARTÍN NÚÑEZ, Marta, “Planet 51 ó la pixarización de la industria de animación española” en *L'Atalante. Revista de Estudios Cinematográficos*, nº 10. Valencia: Cinefórum L'Atalante, julio-diciembre, 2009, pp. 26-31.

MARZAL FELICI, Javier, *David Wark Griffith*, Madrid: Cátedra, 1998.

Vídeo jogos

GESTÃO DO PONTO DE VISTA NAS CUTSCENES DE VIDEOJOGOS

Francisco Javier Gómez-Tarín e Adrián Tomás Samit

/ Universitat Jaume I de Castellón¹⁹⁶

Introdução

As *cutscenes* constituem um relato singular no seio de entidades discursivas mais amplas, como são os videojogos. A sua vinculação ao texto fílmico é evidente, seja por herança ou por desejo expresso, mas também o é a sua diferenciação, a qual enriquece a microanálise que neste livro abordamos desde diversas perspetivas e que funciona como *leit motiv*.

Entendemos por *cutscenes* aquelas sequências cinemáticas incluídas num videojogo que não permitem, ou o fazem de maneira limitada, o controlo das ações do personagem por parte do jogador. As *cutscenes* são parte dos videojogos praticamente desde *Pac-Man* (1980). Com os anos, a evolução da infografia e o auge dos jogos de aventuras/ação e de desempenho de papel, em contra-posição com os *Beat'em up* originários das primeiras máquinas recreativas e que foram perdendo fôlego com a chegada das vídeo-consolas, as *cutscenes* ganharam maior importância e constituíram-se numa peça chave

196. Este estudo foi financiado pelo Projeto de Investigación do convénio Universitat Jaume I –Bancaja, com o título “Análisis de los flujos de transferencia de conocimiento entre los sistemas educativos superiores y la industria del videojuego”, código 11/301.01/1, para o período 2102-2014, sob a direção do Professor Javier Marzal Felici.

seja para o desenvolvimento da narração no jogo, para a espetacularização de ações pontuais ou para um pretendido realismo no caso de retransmissões desportivas em videogogos do referido género.

Em consequência, sendo as *cutscenes* um produto diferenciado da dinâmica lúdica participativa, e devedor de uma suposta linguagem cinematográfica, parece evidente que um dos eixos essenciais de relação estará necessariamente na constituição do ponto de vista e da enunciação, que é, para o cinema – e por definição para o audiovisual no seu conjunto –, o essencial do discurso.

Assim, pois, nas páginas que se seguem, levaremos a cabo uma análise aplicada a um *corpus* de diversos videogogos dos quais extrairemos um número limitado de *cutscenes* que utilizaremos para exemplificar a nossa posição teórica. Mas tal missão seria vazia, e não teria sentido algum, se previamente não estabelecermos um enquadramento teórico que nos sirva de eixo transversal na hora de elaborar as análises aplicadas. Tal enquadramento parte do nosso posicionamento prévio sobre a análise do texto fílmico¹⁹⁷ e sobre os recursos expressivos e narrativos¹⁹⁸, todo ele em constante evolução e agora aqui adaptado aos videogogos.

1. Enquadramento teórico: constituição do ponto de vista

Como assinalámos acima, um dos elementos essenciais em todo o discurso audiovisual é a constituição (generativa e hermenêutica) do ponto de vista. É evidente, por outro lado, a interdependência que se gerou nos últimos anos entre as diversas facetas da cultura digital e o texto cinematográfico. Neste contexto, os videogogos são um produto cuja hibridação se situa num intervalo absolutamente privilegiado para o estudo dos aspetos enunciativos, numa aproximação parcial, mas altamente qualitativa.

197. GÓMEZ-TARÍN, FRANCISCO JAVIER, *El análisis de textos audiovisuales. Significación y Sentido*, Santander: Shangrila Ediciones, 2010.

198. GÓMEZ-TARÍN, FRANCISCO JAVIER, *Elementos de Narrativa Audiovisual. Expresión y Narración*, Santander: Shangrila Ediciones, 2011.

Necessitamos uma terminologia comum para a análise de todo o tipo de textos audiovisuais e é precisamente a base da teoria fílmica que dota de coerência tal atitude. Os três eixos decisórios do ente enunciador no seio do relato audiovisual (narradores, focalização e ocularização/auricularização) atuam, segundo os nossos critérios, dialética e simultaneamente para construir o ponto de vista.

O ponto de vista é uma posição/perspetiva de caráter moral e ideológico ante o mundo que tem a sua origem na autoria do discurso e o seu destino no processo hermenêutico, sejam ou não coincidentes os resultados finais da fruição. Para tanto, na linha que constrói tal perspectiva, existem dois tipos de discurso: o discurso na origem (vontade enunciativa) e o discurso do texto (resultado da interpretação espetatorial ou do analista), sendo este último o que podemos denominar, de facto, o discurso-discurso, o verdadeiro discurso, dado que somente a atualização hermenêutica lhe confere vigência.

Isto leva-nos a estabelecer, desligando-nos assim da herança narratológica procedente da teoria literária, que o que verdadeiramente importa não é tanto a proporção de saberes que se dá nas relações narrador–personagem, nem tão pouco se a posição da câmara confere um olhar subjetivo ou objetivo, ou se uma voz narradora instaura um fluxo de sentido... o que importa é que informação seja transmitida ao espectador pela soma de todos estes factores, atendendo a todos de forma simultânea.

Em primeiro lugar, o *ente enunciador*, denominado *autor implícito* ou *mega-narrador*, está sempre presente em qualquer relato audiovisual, dado que é a figura teórica, o ente conceptual que o edifica. Tal enunciador pode ou não ter presença explícita no significante, seja de forma marcada, seja mediante enunciações delegadas.

Um segundo passo é poder determinar, além das figuras do narrador nas quais o ente enunciador se apoia, a representação que leva a cabo. Para isso, não somente terá de fixar-se nos narradores mas também na transmissão dos saberes (focalização) e da visão–som (ocularização e auricularização).

O nosso passo seguinte será tentar calibrar esta série de possibilidades para chegar ao estabelecimento dos diferentes pontos de vista com uma premissa de partida que, por sua vez, é dupla: o ponto de vista na origem é sempre determinado pela vontade autoral; o ponto de vista no momento da fruição dependerá da capacidade do espectador para somar ao texto a sua própria bagagem cultural e a sua compreensão do mundo; o texto, de acordo com os recursos utilizados, propiciará uma maior ou menor abertura de leitura e de participação espetatorial.

Vejamus graficamente como podemos tipificar os diferentes parâmetros que temos vindo a manejar até aqui sucintamente e que estão mais profundamente desenvolvidos em outros textos prévios. O sistema de narradores de qualquer discurso audiovisual reger-se-á inevitavelmente por algum destes posicionamentos e/ou pela combinação entre alguns deles, mas sempre a partir desta hierarquia:

Meganarrador (sempre presente e em cima na hierarquia, já que controla todo o processo):

- **Oculto** → Transparência enunciativa.
- **Manifesto**:
 - *Mediante processos significantes* → Quebra a transparência através da sua evidenciação mediante marcas enunciativas no significante.
 - *Com desvelamento do dispositivo*. Sempre gradual.
 - *Sem desvelamento do dispositivo*. Sempre gradual.
 - *Como instância narradora*:
 - *Rótulos* → Informações e índices.
 - *Vozes* (enunciação delegada): **MATERIALIZAÇÃO**
 - *Over* (narrador não personagem).
 - *Off* (narrador autor, em casos extremos).
 - *Narradores* (enunciações delegadas): **PERSONALIZAÇÃO**
 - *De primeiro nível* (gestão do relato global que se dirige ao espectador ou a um narratário externo ao mesmo)
 - *Homodiegéticos*, se são personagens na história que contam.
 - *Heterodiegéticos*, se não são personagens na história que contam.

- *De segundo a n nível*: (gestão de sub-relatos que se dirigem a narratários explícitos ou hipotéticos mas internos).
- *Homodieéticos*, se são personagens na história que contam.
- *Heterodieéticos*, se não são personagens na história que contam.

Quanto ao saber, se a focalização é o conhecimento que se transmite através do ente enunciador ou de um personagem que protagoniza a narração, podemos reduzir a dois os termos classificativos: onisciente e interna. Não obstante, devemos fazer uma matização neste território, já que o exercício da onisciência pode ser pleno (acesso a todos os pontos de vista e a todas as situações, incluindo à intimidade dos personagens) ou limitado (quando os personagens são abordados de uma posição testemunhal com privilégio para algum deles). Este seria o nosso esquema:

Focalização:

- *Interna*.
- *Omnisciente*.
 - Plena.
 - Limitada.

Do mesmo modo, no que respeita à ocularização (e, subsidiariamente, à auricularização), a classificação deve optar por falar de marcas; assim, as exceções baralham-se da perspectiva do gradualismo que deve presidir a qualquer opção taxinómica e, no caso da interna, podemos falar de marcas explícitas e marcas implícitas. Isso conduz ao seguinte esquema taxinómico:

Ocularização e auricularização:

- *Interna*.
 - Com marca explícita.
 - Com marca implícita.
- *Omnisciente*.

Para visualizar melhor a proposta é conveniente estabelecer um mapa de relações que procure ligar os diferentes parâmetros, dado que todos eles são suscetíveis de dialéticas interativas:

NARRADORES		FOCALIZAÇÃO	OCULARIZAÇÃO	PROCEDIMENTO
MEGANARRADOR	ENUNCIÇÕES DELEGADAS			
OCULTO	-	OMNISCIENTE	OMNISCIENTE	TRANSPARÊNCIA
MANIFESTO		OMNISCIENTE ou SEGUNDO	OMNISCIENTE ou SEGUNDO	ESTRANHAMENTO
PROCESSOS SIGNIFICANTES		COMBINAÇÕES	COMBINAÇÕES	
MANIFESTO	INSTANCIA NARRADORA: RÓTULOS	OMNISCIENTE ou SEGUNDO COMBINAÇÕES	OMNISCIENTE ou SEGUNDO COMBINAÇÕES	INFORMAÇÕES e ÍNDICES
MATERIALIZADO	INSTÂNCIA NARRADORA: VOZ OVER	OMNISCIENTE	OMNISCIENTE	ENUNCIÇÃO DELEGADA HETERODIEGÉTICA
MATERIALIZADO	INSTÂNCIA NARRADORA: VOZ OFF	INTERNA GRADUAL ATÉ AUTODIEGÉTICA	OMNISCIENTE	ENUNCIÇÃO DELEGADA SEGUNDO GRAU
PERSONALIZADO	PRIMEIRO NÍVEL	INTERNA	OMNISCIENTE / INTERNA	HOMODIEGÉTICA / HETERODIEGÉTICA
PERSONALIZADO	SEGUNDO NÍVEL	INTERNA	OMNISCIENTE / INTERNA	HOMODIEGÉTICA / HETERODIEGÉTICA

Figura 95

Se nos ocupássemos de narrativizar e exemplificar esta série de posicionamentos, aqui estabelecidos através de uma tabela relacional, poderíamos apontar uma gama de possibilidades que, ainda que vistas como tipologias, deveriam considerar-se de forma gradual porque no território da narrativa audiovisual nada é axiomático nem fechado, mas, precisamente, a sua riqueza consiste nas múltiplas possibilidades e interrelações que permitirão posteriormente ao analista argumentar solidamente as suas reflexões. Desta perspetiva, assinalamos que:

Meganarrador (sempre presente e em cima na hierarquia, já que controla todo o processo):

- **Oculto** → Transparência enunciativa. Presumivelmente a focalização e a ocularização/auricularização serão omniscientes.
- **Manifesto**:
 - *Mediante processos significantes* → Continua sendo o meganarrador, que permanece fisicamente oculto, como é lógico, mas que quebra a transparência através da evidenciação mediante marcas enunciativas,

em maior ou menor grau, do dispositivo. Neste caso, que é simultâneo ao resto e pode partilhá-los, pode-se dar qualquer tipo de focalização e ocularização/auricularização.

- *Com desvelamento do dispositivo.*
- *Sem desvelamento do dispositivo.*

· *Como instância narradora:*

· *Rótulos* → Continua a ser o meganarrador, que quebra a transparência mediante a inscrição de tal marca. Como no caso anterior, ainda que habitualmente a focalização e a ocularização/auricularização sejam omniscientes, pode dar-se qualquer tipo de relações, dado que esta marca é também simultânea e partilhada.

· *Vozes (enunciação delegada): MATERIALIZAÇÃO*

- *Over* (narrador não personagem). Presumivelmente, a focalização e a ocularização/auricularização serão omniscientes.
- *Off* (narrador autor) → Se se manifesta como autor. Continua a ser o meganarrador, que quebra a transparência ao identificar-se a si mesmo e ao vincular-se ao relato. Presumivelmente, a focalização será interna (caso do relato autodiegético) de forma gradual e a ocularização/auricularização será omnisciente.

· *Narradores (enunciações delegadas): PERSONALIZAÇÃO*

- *De primeiro nível:* presumivelmente, o narratário será assimilado ao espectador, a focalização será interna, e a ocularização/auricularização será omnisciente ou interna.
 - *Homodiegéticos*, se são personagens na história que contam.
 - *Heterodiegéticos*, se não são personagens na história que contam.
- *De segundo a n nível:* presumivelmente, o narratário será assimilado a um personagem, a focalização será interna, e a ocularização/auricularização será interna ou omnisciente.
 - *Homodiegéticos*, se são personagens na história que contam.
 - *Heterodiegéticos*, se não são personagens na história que contam.

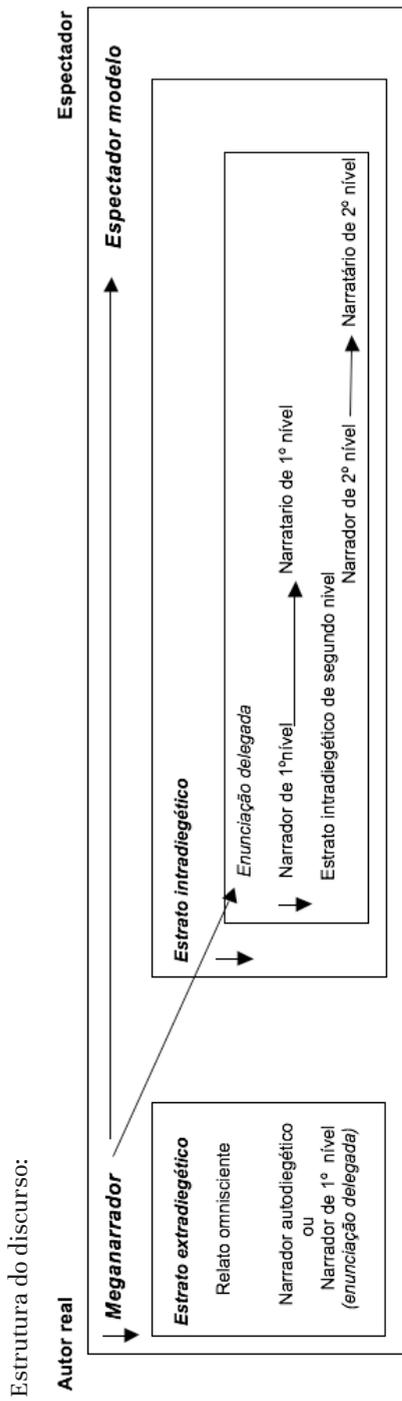


Figura 96

Resumo global de parâmetros:

Meganarrador	Oculto Manifesto	Processos significantes Instância narradora	Rótulos Materialização Personalização	Focalização	Ocularização	Enunciação	Ponto de vista	
							ORIGEM	FRUIÇÃO
				Omnisciente	Omnisciente	Não marcada: transparência	Naturalizado	Naturalizado
				Combinável	Combinável	Markada: estranhamento	Markado gradual	Aberto gradual
				Combinável	Combinável	Markada: informações/índices	Markado limitado	Aberto limitado
				Omnisciente	Omnisciente	Markada: delegada heterodiegética	Markado naturalizado	Aberto limitado
		Voz over Voz off		Interna gradual	Omnisciente	Markada: delegada até autodiegética	Markado ilimitado	Aberto gradual
		Primeiro nível		Interna	Interna			
				Interna	Omnisciente	Markada: omniestante gradual	Markado naturalizado	Aberto limitado
				Interna	Omnisciente	Markada: omniestante gradual	Markado naturalizado	Aberto limitado
		Segundo a n nível		Interna	Interna	Markada: subjetiva	Markado limitado	Aberto limitado
				Interna	Omnisciente	Markada: omniestante gradual	Markado naturalizado	Aberto limitado
				Interna	Omnisciente	Markada: omniestante gradual	Markado naturalizado	Aberto limitado

Figura 97

Mas o jogo teórico torna-se elucubração e malabarismo quando não se ancora na sua aplicação prática. Precisamente o pragmatismo que supõe a sua comprovação nos produtos audiovisuais concretos é o que nos permite afiançar os enquadramentos teóricos de partida e avançar ampliando, retificando, assumindo contradições e, em cada caso, destruindo bases que considerávamos fiáveis para construir outras novas. Isto é muito mais evidente num momento como o presente em que os discursos estão numa fase de mutação e hibridação absoluta.

Cinema e videojogos partilham a percepção da imagem móvel (em ambos os casos enganosa, dado que o cinema não é outra coisa senão uma sucessão de imagens estáticas que, ao processar-se a uma determinada velocidade e graças ao *efeito phi*, se convertem em efeito-movimento, mas o movimento, propriamente dito, é na realidade inexistente). Para constituir essa sensação dinâmica, ambos se apropriam de uma série de procedimentos que organizam as imagens numa determinada sucessão e aplicam cânones tais como os relativos à *mise en scène*, à planificação, ao *raccord*, à lei dos eixos, e parâmetros fotográficos, até construir a espacialidade e temporalidade que, ordenadas numa cadeia sintagmática adequada (montagem), conferem ao discurso a sua plenitude.

Existem pelo menos dois elementos essenciais que distanciam os videojogos do cinema (a prioridade é estritamente cronológica). E essa distância é absolutamente radical e insolúvel, inclusivamente ontológica:

1. a impressão de realidade, que nos videojogos não tem entidade alguma nem tem porque ocorrer, já que o jogador está plenamente consciente do universo em que executa os seus comandos, seja qual for a qualidade gráfica, inclusivamente se esta for hiper-realista, e
2. a identificação.

Este segundo parâmetro interessa-nos muito especialmente porque é evidente que o espectador cinematográfico, envolvido pela obscuridade da sala, leva a cabo a sua “viagem imóvel” (Burch dixit) mediante essa visão divina que se identifica com o dispositivo para chegar à identificação (valha a re-

dundância) com personagens e tramas; identificação que chega a ser uma soma de sensações que se tornam uma vivência por delegação, as incidências de um texto audiovisual cujo princípio e fim foram prefixados e que uma e outra vez passará ante os seus olhos –se assim o desejar– em similares condições e com a exasperante repetição do que sempre é igual. Não podemos falar de um espectador passivo, mas, desde logo, ele não participa fisicamente, apenas sensorialmente e, em certas ocasiões, conceptualmente. A sua visão do mundo, confrontada com o mundo possível presente no filme, outorgará uma experiência que se constitui, por sua vez, em saber sobre o mundo, reflexivo ou não, crítico ou não, dependendo da capacidade de distanciamento e participação crítica que esse espectador institui. Nesta dinâmica, o efeito de realidade é um cânone.

O jogador de videogames não precisa para nada que tal identificação se produza; somente deve saber o seu lugar no jogo (o lugar do seu avatar) e fazer avançar a trama mediante a sua participação física, as suas decisões. E isto leva-nos a um terceiro elemento não menos radical: a jogabilidade.

O filme não pode “jogar-se”, o videogame não permite “deter-se”. Matizemos melhor esta frase: é evidente que a fruição do filme é um ato de visão-audição com uma maior ou menor imersão pessoal no mesmo e uma maior ou menor participação crítica, mas a projeção avança cronologicamente e do princípio ao fim, repetindo-se em cada ocasião; a essência do ato frutivo num filme é a sua contemplação, o jogo fica totalmente à margem. O videogame, por seu lado, tem a sua própria essência, por definição, na participação do jogador (não espectador); em consequência, jogar é o seu elemento chave e há que sublinhar que o jogo somente tem lugar porquanto o jogador esteja participando nele, sendo qualquer elemento adicional alheio ao processo de jogabilidade, já que remete para experiências que desfazem a categoria de jogador momentaneamente para converter este em espectador (o tempo da maior parte das *cut scenes*).

A relação entre os componentes audiovisuais de um videogame e de uma película mantém diferenças de fundo no que respeita às características enunciativas e à geração do “ponto de vista” (elemento este essencial no cinema). O jogador de videogames está claramente no exterior do mundo possível construído, em cuja diegesis está representado pelo seu avatar; esta exterioridade, tão diferente da cinematográfica, traz consigo a frustração quando aparecem elementos transgressores da gestão em primeira pessoa: as *cutscenes* rompem a continuidade frutiva por muito que possam revestir características muito poderosas e inclusivamente positivas para o desenvolvimento do jogo, sejam de tipo informativo, contextualizador ou inclusivamente de transição e/ou recompensa. Por outro lado, se o jogo se limitasse à sua “jogabilidade”, os elementos adicionais que possam conferir-lhe maior densidade através do manuseamento de informação documental extra, ver-se-iam alterados em detrimento da qualidade global do produto. Esta é uma contradição aparentemente insolúvel, de cada vez que a aparição das cenas cinemáticas obrigam o jogador a deter o seu fluxo ou, pelo menos, a suavizá-lo (há alguns casos em que estas cenas permitem um certo nível de participação, como veremos)

Assim, parece claro que se dão inter-relações entre parâmetros enunciativos no caso dos videogames e do cinema, mas não acontece o mesmo no que se refere a essa parte da enunciação tão complexa e importante que é a construção do ponto de vista.

2. Análise aplicada: *cutscenes* e videogames

Sem pretensões de exaustividade, partiremos do princípio de que existem diferentes tipos de *cutscenes*:

- A de ***imagem real***, que ante o avanço dos gráficos se reduziram quase até ao desaparecimento, pois provocam um distanciamento entre o jogador e o mundo virtual que, se não for plenamente justificado, supõe uma quebra excessiva, quase como um olhar para a câmara no cinema. O jogador concebe o seu mundo como virtual e a inclusão de imagens reais altera

todo o universo recriado. Por isso se vem optando por um certo grau de hiper-realismo, mas conservando a essência infográfica e não saltando de um “mundo” para o outro.

- Como opção intermédia entre a imagem real e a computadorizada existem estratégias como a **rotoscopia**, por exemplo no caso de *Need for Speed: Most Wanted* (EA Black Box, e Redwood Shores, 2005) (figura 98) ou a **fotografia virtual** que simula a realidade, como podemos ver em *NBA 2k12* (Visual Concepts, 2011) onde os vencedores da competição são fotografados com o próprio Obama (figura 99).



Figuras 98 e 99

- As *cutscenes interativas* são aquelas em que o jogador pode intervir segundo certos limites mediante comandos de ações gerados pelo próprio jogo. Habitualmente são sequências cuja dificuldade reside na agilidade e reflexos do utilizador. Num jogo comum de aventuras, este tipo de *cutscenes* costuma suceder aquando de uma fuga com dificuldades que deverão ser superadas pelo personagem. No caso da figura 100, pertencente a *Tomb Raider Anniversary* (Cristal Dynamics 2007), Lara Croft deve baixar-se para não ser devorada pelo dinossauro; o jogador não pode controlar o personagem na sua totalidade, apenas devendo estar atento ao botão que o videojogo lhe indica para seleccionar (neste caso inclinar o comando).

Se nos centrarmos no ponto de vista oferecido por estas *cutscenes*, inevitavelmente trata-se de um meganarrador manifesto mediante processos significantes, que conhece o decurso da ação e as diferentes consequências em função das habilidades do jogador, pelo que estará sempre perfeitamente posicionado para mostrar o *instante decisivo*: no exemplo de *Tomb Raider*, a

morte da personagem nas maxilas do tiranossauro (figura nº 101). O utilizador, ao interagir pela primeira vez com este procedimento narrativo durante o desenvolvimento do jogo, sente um estranhamento por essa tomada do controlo que faz o meganarrador no seguimento da personagem, porque habitualmente é o utilizador quem maneja a câmara e a posiciona ao seu gosto (Centrámo-nos em jogos de ação e aventuras), além de ter o controlo absoluto do movimento da personagem.

Da mesma forma, produz-se um primeiro estranhamento quanto à focalização. O jogador passa do mistério de não saber o que acontecerá durante o avanço normal, para tomar plena consciência de que, se falha na seleção dos comandos, a sua personagem morrerá; também desconhece qual será o comando seguinte que o videojogo lhe pedirá. O controlo está a todo o momento nas mãos de um ente enunciador, o meganarrador, que parece submeter-se ao jogador como se permitisse uma enunciação delegada, mas esta, na realidade, não chega a produzir-se porque todos os passos estão previamente estabelecidos e o que resta ao jogador é uma série de eleições. Por isso, na relação jogador-videojogo global poderíamos classificar a focalização de onisciente.



Figuras 100 e 101

Uma variante destas *cutscenes* são os videojuegos propriamente interativos, como um *SingStar* ou um *Guitar Hero* ou *Rock Band*. Mas aqui não podemos falar de *cutscenes*, pois a base principal do videojogo é a interatividade do utilizador a todo o momento e sobre faixas cinemáticas que duram toda a partida. Tão pouco está em jogo algum ponto de vista especificamente

narrativo, pois a ação consiste no seguimento de uma cor até ao lugar indicado para acionar o comando¹⁹⁹ ou cantar a palavra adequada no momento exato²⁰⁰ (figuras 102 e 103), e as imagens de fundo que são mostradas não são mais que um mero complemento para tornar mais divertida, mais vistosa, a partida. Por tudo isso, não se trata de inserções cinematáticas dentro, antes, ou depois de uma partida, com uma ação narrativa, se entendermos por tal o desenvolvimento de um videogame no qual controlamos um personagem e o fazemos avançar na trama (seja um combate, uma corrida de carros ou a resolução de um mistério).



Figuras 102 e 103

Para aprofundarmos a nossa reflexão acerca do ponto de vista nas *cutsce-nes* dos videogames, centremo-nos naquelas que estão presentes em todas as categorias genéricas e gozam de uma maior experimentação e importância no decurso do jogo. Falamos das *cutsce-nes* animadas, as geradas completamente em CGI e que o jogador não pode controlar. Em primeiro lugar, apontemos os aspetos principais sobre os quais vamos trabalhar a respeito do ponto de vista: o que nos interessa é que informação seja transmitida ao espectador pela soma de todos os factores intervenientes (narradores, focalização e ocularização/auricularização), dando atenção aos mesmos de forma simultânea.

Como dizíamos, podemos encontrar as *cutsce-nes* animadas em praticamente qualquer género de videogame, tendo uma importância (narrativa) chave nos de aventuras/ação. Mas não deixaremos de lado os demais, pois, ainda

199. Confira-se: <http://www.youtube.com/watch?v=ENvwDZKsPOU> (Rock Band)

200. <http://www.youtube.com/watch?v=nMQU6qFXXbA&feature=fvwrrel> (SingStar)

que tenham uma finalidade mais simples, e um menor peso do ponto de vista, também vale a pena dar-lhes atenção. Desta maneira, vamos focar a análise exemplificando o ponto de vista em função do esquema previamente estabelecido e dos diferentes gêneros que podemos encontrar no mundo interativo. Para isso, servir-nos-emos dos exemplos mais atuais que podemos encontrar e que contêm algo mais do que um avanço, uma “imposição”, das novas possibilidades que estes videogames de *top* vão provocar nas criações seguintes.

Começamos pelo gênero desportivo, e mais concretamente centremo-nos nos desportos mais consumidos (a nível televisivo e de videogames) na nossa área geográfica: futebol e basquetebol. Estes “levam-nos para o universo virtual [dos ditos, ou outros, desportos] com a possibilidade de jogá-los de diferentes modos, mas respeitando as mesmas regras do jogo tradicional”²⁰¹. Quer dizer, simulam a realidade, convertem o utilizador em desportista de elite e levam-no para o terreno de jogo, a todos os níveis. Videogames como *NBA 2k13*²⁰² inserem *cutsscenes* do pré-jogo com a chegada dos jogadores ao campo e durante o aquecimento, a apresentação dos jogadores no estádio, etc.; nos tempos mortos e nos descansos também se gera uma sequência cinematográfica na qual nos são mostradas as *cheerleaders* a animar o público e o treinador estimulando os seus jogadores; e dá-se a repetição das melhores jogadas, de diversos ângulos e em câmara lenta. Tudo isso responde à lógica televisiva com a qual o utilizador está habituado a consumir estas partidas pela televisão. Não há uma intervenção considerável do meganarrador para fazer avançar a trama mais do que a que teria um realizador televisivo destinando câmaras em espaços de tempo em que não há jogos. Assim, poderíamos falar de um meganarrador oculto neste sentido, pois as suas marcas enunciativas, por serem evidentes, o jogador/espectador não as estranha, mas aceita-as como parte do visionamento da partida. Estamos, pois, ante mecanismos similares aos da transparência enunciativa no texto fílmico. Assim, esse movimento detrás da bola (figura nº 104) ou o slow mo-

201. GIL JUÁREZ, Adriana, y VIDA MOMBIELA, Tere, *Los videojuegos*, Barcelona: Editorial UOC, 2007, p. 23.

202. Confira-se: <http://www.youtube.com/watch?v=x0Fu5BVWhvQ> (Visual Concepts, 2012)

tion e a aproximação à ação através da repetição (figura nº 105) são meros mecanismos de espetacularização da ação que não pretendem guiar o jogador nem querem dizer nada mais do que a potenciação do poder visual da imagem. Dá-se uma naturalização do ponto de vista do espectador que contempla estas cenas como se fosse algo naturalmente próprio do jogo (na sua retransmissão simulada no videojogo). Tenha-se em conta que no discurso televisivo não se dá uma procura da transparência porque o espectador se considera inscrito num *fora de campo contíguo*, com ou sem delegação na imagem, pelo que, ainda que existam marcas no significante, não haverá estranhamento dado que se trata de um procedimento assumido e o olhar do espectador se confunde em pleno com o do ente enunciador.



Figuras 104 e 105

O que sucede neste exemplo pode aplicar-se a simuladores de outros desportos, como o *FIFA*, *NFL*, *NHL*, etc. Mas, continuando com o *NBA 2k13*, deparamo-nos com uma incorporação na jogabilidade durante a participação do utilizador no concurso de afundações.

Contextualizaremos antes de avançar: em séries anteriores, o concurso de afundações, típico do *All-Star*, já podia simular-se. Nele, o utilizador manejava o seu jogador e mediante uma série de comandos e movimentos do *joystick* à sua escolha podia realizar diferentes afundações. Esta modalidade desapareceu em alguns videojogos da série e foi retomada, na realidade, com uma mudança considerável na forma de realizar o dito concurso, que deixou de ser uma modalidade na qual o jogador tinha todo o controlo para se converter numa *cutscene* interativa a meio caminho entre os exemplos de *Tomb*

Raider Anniversary e o de *Rock Band*, como podemos ver na figura 106²⁰³. As imagens que em *Rock Band* acompanhavam o jogo e que não influenciavam o resultado da classificação do jogador, têm aqui uma importância capital, pois o jogador que vai realizar o afundação logrará o seu objetivo se acertar ou não as combinações. Assim, o personagem relaciona-se com o utilizador da mesma maneira que o fazia Lara Croft. Isto demonstra a constante inovação, a diversidade de combinações que não tornam fácil uma classificação estanque do ponto de vista num terreno que muda constantemente, dentro de uma mesma cena inclusivamente ou num campo/contra-campo (vê-lo-emos ao trabalhar *L.A. Noire*).



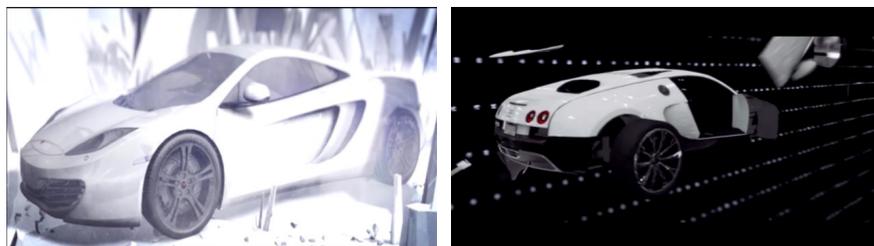
Figura 106

No terreno desportivo (ou o que alguns consideram desporto) ganharam o seu próprio espaço os jogos de velocidade, que, à semelhança dos previamente analisados, combinam os diferentes tipos de *cutsscenes*, apostando sempre na espetacularização da imagem. Tomemos como exemplo as *cutsscenes* anteriores a cada corrida para conseguir um veículo em *Need For Speed Most Wanted 2*²⁰⁴ (Criterion Games, 2012). Estas estão concebidas segundo um ponto de vista de desenho gráfico, situando o veículo rival num espaço neutro, mostrando as suas capacidades e estilo (figura nº 107). A câmara realiza

203. Confira-se: <http://www.youtube.com/watch?v=WuTgiTUqlBo>

204. Confira-se: <http://www.youtube.com/watch?v=lyZjd3Gix3E>

planos zenitais, *zooms* constantes, existindo um nítido jogo com a iluminação (figura nº 108). Em todo o caso, são um exemplo de que nem todas as *cutsscenes* possuem um corpo diegético ou têm uma vontade narrativa. No caso das cenas anteriores à partida em *NBA 2k13*, contudo, existe uma “narrção”, ou uma série de acontecimentos, que nos leva do vestiário ao início da partida, um encadeamento causal dos planos.



Figuras 107 e 108

Mas o videogame vai além destas artificiosas *cutsscenes* e serve-se de outras narrativas para mostrar a evolução da trama. Uma das qualidades dos últimos jogos de velocidade, mais do que nos de *Fórmula-1* ou derivados, é a criação de uma história para o nosso “personagem”, representado num avatar através de cujo olhar vê o jogador (inclusivamente se este jamais o chega a ver), que nunca sairá do carro, pois o jogador é o condutor e, portanto, a história a ele lhe corresponderá. Tal história inscreve-se num relato que basicamente consiste em ser o número um da cidade e o mais procurado pela polícia. Nestes casos desenrolar-se-á uma trama que colocará em confronto o jogador com diferentes rivais, cada qual de maior dificuldade. A cada etapa ultrapassada inserem-se *cutsscenes* que premeiam, avisam, informam, etc.

Vejamos o que ocorre quando o jogador chega ao final do jogo²⁰⁵. Produz-se uma espécie de *flashback* que nos localiza na cidade e vão dando diferentes imagens de corridas e competições, com os diferentes carros que o jogador foi adquirindo, e das perseguições policiais a que conseguiu escapar. Tudo isto segue o estilo que adotaria um filme de ação sobre quatro rodas de produção americana. Queremos destacar a voz, feminina, que nos felicita pelos

205. Confira-se: <http://www.youtube.com/watch?v=yFrQAXr7jII&feature=endscreen>

êxitos conseguidos. Desta maneira, o meganarrador manifesta-se mediante uma voz *over* omnisciente, que sabe tudo e que esteve com o jogador desde o começo do jogo, indicando-lhe a maneira de avançar e, evidentemente, uma ocularização também omnisciente, que, de *facto*, mostra ao utilizador as suas próprias corridas, mas desde o ponto de vista desse meganarrador que tudo vê e sabe (não olvidemos que, ao longo da corrida –do jogo– o olhar do jogador estava localizado no do avatar-personagem-condutor e por isso se produzia uma ocularização interna e uma focalização também interna, consequência evidente da câmara subjetiva). Por isso, o jogador pode-se ver à frente dos carros da polícia (e não a partir do interior do veículo, como quando conduz durante o jogo) (figura nº 109), ou pode contemplar a ação da posição da polícia ou dos seus rivais (figura nº 110). O meganarrador conta/resume o sucedido, de seu ponto de vista omnisciente e, como não, o quanto foram espetaculares os seus avanços e demais façanhas. Vai-se, pois, um passo mais além da usual “retransmissão” dos jogos desportivos, de um meganarrador oculto-transparente, que se limitava a mostrar eventos da ação, para um meganarrador que se mantém oculto para nos contar uma historia, a nossa, mas reproduzindo acontecimentos previamente vividos pelo personagem: quer dizer, o meganarrador, espetaculariza, marcando a nossa própria história vivida e mudando de um ponto de vista subjetivo para um objetivo, mas nós mantemos a consciência de ter vivido esse evento.



Figuras 109 e 110

O género mais mítico (pela quantidade de referências que contém e pelo grande êxito nas suas origens) é o *Beat'em Up*, um clássico dos lúdicos e que com a sua passagem às videoconsolas teve que renovar-se para não desaparecer. O jogador já não se satisfaz com uma série de combates para

conquistar um título como acontecia nos primeiros *Street Fighter*. Agora exige-se uma história que motive a ação do jogador/personagem. Neste sentido, é interessante tomar como exemplo *Street Fighter X Tekken* (Capcom, 2012). Este videogame funde as duas sagas de *Beat'em Up* mais reconhecidas da história para criar um discurso em torno do passado e do presente deste género. Além das diferentes possibilidades que oferece o jogo, que vão do clássico combate ao modo *online*, *Street Fighter X Tekken* cimeta o seu principal modo de jogo individual na história de Pandora, que se reduz à queda de um meteorito na terra, do qual ambos os bandos vão à procura. O jogador, sempre acompanhado por um personagem “companheiro” tentará conseguir a caixa que contém o meteoro, mas surgirão complicações, como podemos apreciar nas diferentes *cutscenes* que surgem em função do personagem que o jogador elege²⁰⁶.



Figuras 111 e 112

Nesta sequência podemos observar esse relance do passado e a evolução que se deu no género. Como podemos ver na figura nº 111, a *cutscene* que contará a história de Ryu e Ken começa com a incrustação no ecrã de um desenho de aparência 2D no qual os personagens gesticulam o diálogo escrito na parte inferior do mesmo. Em contraposição, a figura nº 112, que pertence à história de Kazuya e Nina, é uma imagem completamente 3D, concebida de maneira cinematográfica, com os personagens a converterem-se em narradores de segundo nível. O interessante é que em todas as histórias se dão ambos casos: começam com o modelo “antigo” para passar ao contemporâneo num jogo de auto-referências.

206. Confira-se: <http://www.youtube.com/watch?v=Heqgrp4-Ba0>

Analisemos com detalhe o ponto de vista que supõe esta abordagem. No caso da figura nº 112 não existem complicações, dado que a cena, como dizíamos, poderia pertencer a um filme qualquer, os personagens dialogam entre eles e não narram os acontecimentos que ocorreram, ocorrem e ocorrerão. Situando-nos na posição do personagem de Nikita, um dos protagonistas, o meganarrador personaliza-se numa enunciação delegada de segundo nível e focalização interna. Nikita e Kazuya chegaram a Pandora, e então este revela que não pode ficar com Pandora, pois alguém mais a quer. O que ela não sabe, nem sequer o jogador, é que Kazuya veio também acompanhado de uma equipa de assalto contra a qual Nikita tem de combater. A oclusão é omnisciente, pois a câmara não se identifica com nenhum olhar nem assume um corpo diegético. Além disso, o meganarrador manifesta-se intencionalmente durante um momento, deixando o ecrã a negro, permitindo apenas escutar o som do combate de Nikita contra os seus inimigos. Quando voltamos a ver a imagem, estes estão caídos no solo e Nikita desapareceu. O meganarrador delegou parte da narração nos personagens, mas quer demonstrar que é ele quem controla a ação a todo o momento e é quem toma as decisões finais da história, pois, sendo estas as *cutsscenes* finais do videojogo, o utilizador pôde chegar até aqui manejando a sua personagem, mas aqui o meganarrador decide como concluí-la. Para isso, depois de toda a ação, o meganarrador manifesta-se mediante o uso de legendas, concluindo a história e preenchendo as lacunas (figura nº 113).

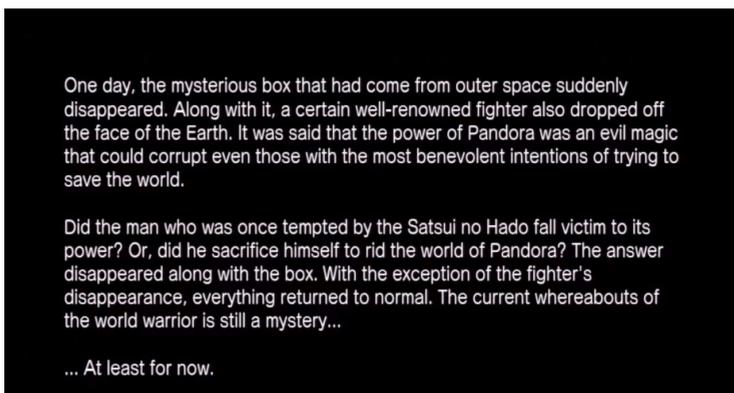


Figura 113

Já no caso da figura 111 é mais complexo, pois, ao inserir as legendas no texto em lugar de dar voz aos personagens, poderia parecer que estamos ante uma manifestação de meganarrador mediante legendas que vão contando o ocorrido. Mas sabemos que é um diálogo entre ambos os personagens pela maneira de gesticular e pela alternância de posições em primeiro lugar em função do texto que se imprime no ecrã. Poderíamos falar de narradores de segundo nível; sem dúvida, os personagens olham para a câmara quando aparece o seu diálogo, pelo que implicam diretamente o utilizador/espectador, convertendo-se assim em narradores que se dirigem ao espectador para situá-lo no contexto do que vai ocorrer durante o desenvolvimento da *cutscene*, pelo que serão homodiegéticos e o nível estabelecerá o contexto em que a sua narração ganha vida. Assim, teremos uma focalização interna e uma ocularização omnisciente e uma origem naturalizada do ponto de vista. Todo isto suscita uma interessante reflexão em torno da evolução do ponto de vista na narração dos videojogos, que num primeiro momento se dirigiam ao espectador para o tornar consciente da sua participação num ambiente virtual no qual tudo é possível e que acabou derivando em séries de seqüências cinematográficas nas quais o espectador é um mero sujeito contemplativo de uma história que terá que ajudar a construir mas sobre a qual é o meganarrador que detém o controlo completo e que delega nos personagens criados o avanço da trama, limitando o controlo desta por parte do utilizador.

Daí o êxito que teve (e continua a ter) a saga de *Gran Theft Auto*, que simula uma promessa de livre arbítrio para o jogador para que se mova por sua conta e realize as ações que considere oportunas num amplo mundo virtual, ao qual estará submetido para conquistar territórios, conseguir vantagens, etc., à resolução de uma trama que é o motor do jogo, ainda que esta possa estar escondida.

Seguindo as pisadas de *Gran Theft Auto* aparece toda uma série de videojogos que criam amplos mundos virtuais que o utilizador poderá percorrer durante o decurso das suas missões. Neste género, que se move de maneira híbrida entre a ação, a aventura e o suspense, destaca-se *L.A. Noire*

(Rockstar Games, 2011). Centrando-nos no tema que nos preocupa, o ponto de vista, vale a pena ressaltar o inovador modo de interrogatórios que se dá neste jogo e que combina diferentes formatos de *cutscenes* como a posição do espectador relativamente à cena vivida.

Os interrogatórios começam como uma *cutscene* de animação²⁰⁷ na qual o jogador perde o controlo de utilizador e o meganarrador, oculto, seguindo os modelos de representação do cinema clássico norte-americano, materializa-se na cena. O personagem entrará na sala e começará a interagir com o resto das personagens, o jogador contemplará a situação como mais um mero espectador. A focalização e a ocularização são omniscientes e a enunciação dá-se de forma transparente, completamente naturalizada (figura nº 114). Chegado o momento do interrogatório a *cutscene* torna-se interativa e o ponto de vista passará para o personagem mediante uma focalização e ocularização internas com uma enunciação marcadamente subjetiva na qual o jogador se meterá, literalmente, nos olhos do seu avatar para poder estudar o seu caderno de notas (figura nº 115); ou num plano não interno, pois o personagem interrogado não olha para a câmara, mas sim do ponto de vista do detetive, no qual o utilizador deve prestar atenção aos gestos do acusado para decidir que comando acionar (figura nº 116). O meganarrador delegará aparentemente o seu papel num narrador de segundo nível durante toda a cena (não nos enganemos: é importante assinalar que não deve confundir-se uma narração verbal não representada com um narrador; para que tenhamos ante nós um narrador, enquanto enunciação delegada, é necessário que o narrado se torne imagem, seja representado; caso contrário, apenas estamos ante um diálogo), mas sobre o qual irão girando diferentes pontos de vista, pois, uma vez o utilizador selecione um comando, aparecerá novamente uma sequência cinemática na qual não poderá interagir, (figura nº 117) para logo voltar ao caderno de notas do ponto de vista subjetivo e escutar de novo a resposta do interrogado e assim decidir, uma vez mais, se diz a verdade, se duvida ou se mente.

207. Confira-se : <http://www.youtube.com/watch?v=XzjrJ4o7aZA>

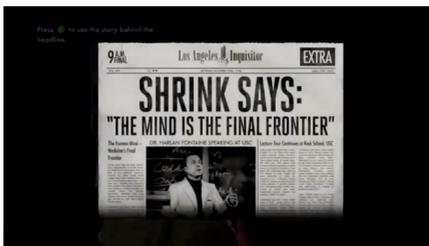


Figuras 114 e 115



Figuras 116 e 117

Também vale a pena destacar o modo de introdução nos *flashbacks*. Quando se dá uma ocorrência, o jogador pode descobrir pistas do passado dos implicados através de recortes de jornal. Assim, se o utilizador decide investigar o jornal, o meganarrador manifesta-se inserindo-se, como uma espécie de legenda contextualizadora do *flashback* mediante um fundido com o jornal, diminuindo e girando, com a sequência a passar de preto e branco a cores, constituindo outra marca enunciativa, um processo significativo nesta situação (figuras 118 e 119). São ferramentas para distanciar o espectador do drama da ação e para que contemple os factos de um ponto de vista analítico, no qual não está implicado emocionalmente.



Figuras 118 e 119

Até ao momento não mencionámos o meganarrador que se personifica num avatar que narrará a sua história mediante uma voz *off*. Este caso é mais habitual nos *Shoot'em Up* e nos jogos de desempenho de papel. Isso faz dele um facto particularmente interessante, pois, como sabemos, os *Shoot'em Up* são jogos de ação em primeira pessoa, que, como o seu nome indica, consistem em disparar sobre tudo o que mexe. Ao contrário, os jogos de desempenho de papel costumam seguir vários personagens (todos com a possibilidade de ser controlados pelo jogador), mas um deles é o protagonista da história que o mesmo vai narrando, pelo que há um estranhamento entre um ponto de vista intimista no qual o jogador se identifica com o protagonista da história e outro mais distante, com a possibilidade de gerir (e melhorar) à sua vontade qualquer outro personagem em função dos seus gostos e/ou personalidades.

O jogo de desempenho de papel por excelência é o *Final Fantasy*. Desta longuíssima saga podem destacar-se várias versões, mas a que supôs um novo rumo e um salto de qualidade na série foi *Final Fantasy X* (Square, 2001). A história apresenta-se-nos do ponto de vista do meganarrador²⁰⁸, que de maneira épica, começa o relato vindo de um fundo negro e elevando-se sobre as armas empilhadas de cada personagem que tomará parte da narração, tudo isso com uma música melancólica indicativa de que algo importante aconteceu. Os créditos do videogame surgem sobre a imagem, como se de um filme se tratasse (figura nº 120). Porém, um filme que respeita as normas do MRI, que liga os planos com encadeados, não salta o eixo e quer passar despercebido, mas vai guiando a narração e vai-se centrando no personagem que será o protagonista. Este levantar-se-á e nós, espectadores, iremos com ele. Título do videogame e pode começar o jogo (figura nº 121).

208. Confira-se: <http://www.youtube.com/watch?v=zc4OrA3izPE>



Figuras 120 e 121

O que caracteriza a saga *Final Fantasy*, e em cada nova versão ainda mais, é a vontade de criar um relato o mais próximo do cinema, utilizando estratégias visuais e narrativas, como esses créditos iniciais, ou uma montagem analítica precisa e que põe em primeiro lugar a narração antes da espetacularização, que tanto observávamos nos primeiros exemplos. Quem sabe, a maneira mais clássica, ou institucional, de respeitar esta vontade seja delegar num protagonista e permitir que seja ele quem, desde o seu ponto de vista dos factos (nas *cutscenes*), nos narre a história.

Tidus será o responsável por nos contar a sua incrível história. Fá-lo-á mediante uma voz *off* que explica ao espectador os acontecimentos que se vão dando. Conta feitos passados, sonhos, pensamentos, reflexões, etc. O personagem ganha uma identidade própria que o jogador não pode suplantar, pelo que o ponto de vista será sempre o de, neste caso, Tidus, e o utilizador poderá unicamente acompanhá-lo (ajudá-lo) a completar a sua história. Para fechar mais ainda ao jogador a possibilidade de fazer seu o relato, não apenas encontramos um protagonista que conta a sua história passada, que inquestionavelmente influi no relato de que toma parte o jogador, mas ainda que este, em *Final Fantasy X*, consiste num *flashback*, pelo que o final do jogo já está decidido de antemão, e só pode chegar-se a ele, não variá-lo em função dos interesses do jogador. Isto, na realidade, é assim em todo o videogame de aventuras, desempenho de papel, ação, etc., mas o que não é habitual é que se saiba desde o início que tudo é um *flashback*, pelo que não se tem essa consciência de um final determinado. Eis aqui uma das ambiguidades que provoca a aproximação do videogame ao campo cinematográfico para a construção de uma história longa e épica.

Se nos jogos de desempenho de papel o mais habitual é depararmos-nos com um ponto de vista alheio, o de um protagonista com a sua própria história a qual só se pode acompanhar, nos *Shoot'em Up*, ao mudar a ocularização, o ponto de vista muda por completo. No começo²⁰⁹, a voz *off* do personagem protagonista, que por ocularização interna é o próprio jogador, narra a sua história passada até ao ponto em que começa a ação. Faz isso olhando (vemos) uma fotografia antiga, e acolhemos essa história para a fazermos nossa, apropriando-a (figura nº 122).

Neste género de videojogos, as *cutscenes* avançam de maneira estranha para o jogador, pois não existe uma mudança do ponto de vista no que respeita à ocularização nem ao saber, que são sempre internos. A única coisa que varia é a personalização dos narradores. Primeiro, essa voz começa em *off*, personalização do meganarrador, de quem o jogador se apropria ao constituir-se como personagem. Essa voz voltará a aparecer em momentos pontuais, mas já não influenciará de maneira decisiva nem dará qualquer informação de que o jogador necessite para fazer seu relato. Durante o jogo, sim, surge outra voz acusmática, que não será a do nosso personagem, mas a de um homem que não aparece, mas que nos vai avisando por uma espécie de rádio. Em consequência, nesta voz *over* encontramos um meganarrador que se propõe levar-nos pelo caminho correto, guiar-nos, ajudar-nos, mas não interferir no nosso jogo, ou contar-nos os factos a partir do seu ponto de vista.



Figura 122

209. Confira-se: <http://www.youtube.com/watch?v=cvyJwPjo2a0>] de *Bioshock* (2K Bostin, 2007)

Como temos podido analisar, cada género de videojogo requer uma posição diferente para o ponto de vista do utilizador e para a sua relação com esse mundo virtual. Uma relação que sempre é condicionada pelas intenções de um meganarrador que conduz o jogo à sua maneira, ainda que pareça que seja o utilizador quem tem o controlo. As *cutscenes* podem servir desde nexos de união entre espaços do jogo, nos de género desportivo, até constituir-se na peça principal que faz com que o jogo ganhe o seu sentido, e demonstram que, quando o jogador maneja um avatar, se trata só de uma fase de uma narração maior que vai mais além de umas simples ações predeterminadas.

Outro tipo de *cutscenes* são as introdutórias ou de encerramento em alguns videojogos e têm uma vocação claramente cinematográfica que se separa do texto em si para estabelecer-se como paratexto. Estabeleçamos uma comparação: um *teaser* (ou, melhor, um pré-genérico que cumpre uma função de *teaser* –para esta matização, que não aprofundaremos, haveria que recorrer à tese de doutoramento de Iván Bort Gual) no início de uma película (a série de James Bond é exemplar neste sentido) não se liga estritamente à trama narrativa (é uma espécie de prólogo) mas utiliza os mesmos elementos, ambientes e fórmulas representacionais (planificação, mise en scène, personagens, estilo visual, etc.).

Uma *cutscene* de um videojogo, no início, para se assemelhar a um *teaser*, introduz o jogo, contextualiza ou dá informação sobre a sua gestão, o que já é bastante diferente, mas, além disso, faz eco de uma espécie de acrescento de qualidade que pretende construir graficamente um mundo brilhante e espetacular no qual o avatar não está necessariamente presente ou, se o está, não aparece vinculado ao jogador. Este mesmo procedimento, com um estilo visual muitas vezes diferenciado do jogo, mais cinematográfico (ou, melhor, “pretensamente” cinematográfico) reaparecerá uma e outra vez em diversos momentos do desenvolvimento, coisa que, logicamente, não acontece num filme.

O exemplo é evidente. O que ocorre, pois, na cena cinemática para que esta pretenda assemelhar-se a um filme e se separe tanto do estilo formal do videojogo? Simplesmente, que os mecanismos enunciativos são diferentes e na *cutscene* intervém o ente enunciadador, antepondo-se ao jogador e ao seu avatar, quer dizer, em idênticas condições que na sua intervenção num filme, na medida em que, ao longo do jogo, o olhar posicionar-se-á prioritariamente no jogador e/ou no seu avatar, sempre por delegação.

Algumas conclusões

Sem perder de vista a situação da linguagem audiovisual, que se prodigaliza nos nossos dias, em que “a influência da narração fragmentária dos anúncios e *videoclips*, assim como de tratamentos baseados nessa narração -presentes em espaços promocionais e em musicais- levou, ao longo dos anos oitenta e noventa, a um novo barroquismo no cinema que se caracteriza por: a) montagem que fragmenta a ação em inúmeros planos de muito breve duração; b) predomínio do movimento, tanto dentro do plano como da câmara; c) enquadramentos rebuscados e desequilibrados, d) distorções provocadas por angulações e objetivas de focal curta; e) amálgama de imagens de diverso tratamento fotográfico (filtros, qualidades e cromatismo); e f) banda sonora que se afasta do naturalismo e propicia a espetacularidade”²¹⁰, podemos claramente aplicar esta série de parâmetros aos videojogos.

Em consequência, para nos aproximarmos da questão do ponto de vista, o tipo de videojogo que mais rentabilidade nos dá é sempre aquele no qual um avatar representa o jogador no universo diegético do jogo, o que não quer dizer que as *cutscenes* sofram a interferência de tal representação.

Sabemos que os “arcade” não precisam de uma construção gráfica especialmente realista; o importante neles é a relação percepção–reação por parte do jogador, que vê e atua em função de parâmetros não necessariamente vinculados com o seu avatar; a velocidade converte-se num objetivo do próprio jogo. Por outro lado, o jogo com simuladores obriga a uma construção plena-

210. SÁNCHEZ NORIEGA, JOSÉ LUIS, *Historia del Cine. Teoría y géneros cinematográficos, fotografía y televisión*, Madrid: Alianza, 2002, 279.

mente subjetiva: o jogador está dentro do universo diegético e interage com um elemento que se desenvolve nele, mas não percebe plenamente o seu avatar senão o olhar deste, o que é muito diferente dos jogos de estratégia, nos quais não basta uma perspectiva subjetiva mas é necessária uma visão contextual –trazida em muitos casos pelas *cutscenes*–, pelo que uma perspectiva semi-subjetiva, combinada com visões globais, pode ser mais eficiente. Finalmente nos jogos educativos ou nos jogos de mesa, as condições são muito diferentes porque pretendem simular uma vivência mais próxima do conhecimento da realidade concreta do próprio jogador, pelo que o vínculo com o seu avatar é “aparentemente” pleno (caso dos *Wii*, e mais concretamente os exercícios do *Wii Fit*) ou o processo de “jogabilidade” se converte em si mesmo no avatar (jogador = avatar, quando o olhar do jogador e o do avatar são uma mesma coisa porque este desapareceu fisicamente por completo, como no caso de jogos de solitário, por exemplo, nos quais o jogador interage diretamente com o conteúdo do ecrã passando do fora de campo heterogéneo ao homogéneo).

Sem dúvida, uma grande parte das cenas cinemáticas afastam-se desta série de características específicas para aproximar-se mais de uma conceção aparentemente similar à cinematográfica; quer dizer, são textos audiovisuais que seriam assimiláveis à conceção da transparência enunciativa própria do cinema hegemónico se não fosse porque neles o ente enunciador se manifesta “em excesso” através do próprio dispositivo e em muitas ocasiões mediante uma voz *over* (nisto não se diferenciaria do cinema). Há nestas cenas, pois, uma recuperação do mecanismo enunciativo que expulsa o jogador do ambiente a que estava vinculado para constituir-se em enunciação direta e/ou narrador, através de uma enunciação delegada que não é a do próprio jogador nem se coloca no seu olhar. Quando surge a *cutscene*, o jogador passa a ser espectador e o ponto de vista reverte na objetividade (olhar omnisciente). Portanto, há uma quebra dos elementos mais radicalmente diferenciadores entre cinema e videojogos: a focalização e a ocularização,

que passam a estabelecer um saber onisciente e um olhar objetivo, frente à focalização e a ocularização internas próprias do videogame na sua fruição por parte do jogador vinculado ao seu avatar.

O que dizer quando se assinala que nas *cutscenes* o ente enunciativo “se manifesta em excesso através do próprio dispositivo”? Simplesmente que a sua ocultação no sentido da transparência enunciativa não é possível porque o universo visual que desenvolve é uma prova constante do “dispositivo” enquanto aparato representacional que gera ambientes muitas vezes impossíveis, e sempre imaginários, nos quais o olhar evolui de forma pouco ortodoxa, caso em que se obtém um efeito de estranhamento (*ostranenie*) que impede a relação identificativa do espectador (até esse momento jogador). Isto mesmo se pode exemplificar com clareza através:

- do estabelecimento de pontos de vista impossíveis: planos aéreos; grandes picados, incluindo zenitais; grandes contrapicados, incluindo nadires; *travellings* circulares; *stop motion*; *bullet time*...
- da utilização de potentes grandes angulares que chegam inclusivamente a deformar a imagem;
- da falta de adequação a normas próprias dos mecanismos de transparência: saltos de eixo constantes, falhas de *raccord* por pequenas elipses na imagem (abuso do *raccord* direto), escassa linearidade, ausência de clausura narrativa ou clausuras abruptas, já que a linha narrativa é praticamente nula;
- da excessiva espetacularidade que se converte num fim em si mesmo e que, em certas ocasiões, se estilhaça em esteticismo gratuito (a “recompensa” para o jogador, depois do esforço para ultrapassar o nível, deve revestir uma espetacularidade não alcançada no próprio jogo como acrescento de significação que acaba diluída numa formulação estética muitas vezes gratuita).

Não obstante, há outra parte de cenas cinemáticas que funcionam como informação, como instruções do jogo, nas quais o ponto de vista se mantém subjetivo e não se quebra a relação jogador–avatar a fim de dotá-lo de uma maior compreensão do jogo desde o próprio ponto de partida.

Bibliografía

- GIL JUÁREZ, Adriana, YVIDA MOMBIELA, Tere, *Los videojuegos*, Barcelona: Editorial UOC, 2007
- GÓMEZ-TARÍN, Francisco Javier, *El análisis de textos audiovisuales. Significación y Sentido*, Santander: Shangrila Ediciones, 2010.
- GÓMEZ-TARÍN, Francisco Javier, *Elementos de Narrativa Audiovisual. Expresión y Narración*, Santander: Shangrila Ediciones, 2011.
- HERRANZ, Sonia (Dir.), *PlayManía. Noviembre nº164*, Madrid: Axel Springer, 2012
- LEVIS, Diego, *Los videojuegos, un fenómeno de masas. Qué impacto produce sobre la infancia y la juventud la industria más próspera del sistema audiovisual*, Barcelona: Paidós Papeles de Comunicación, 1997
- SÁNCHEZ NORIEGA, José Luis, *Historia del Cine. Teoría y géneros cinematográficos, fotografía y televisión*, Madrid: Alianza, 2002.

Rede

DERIVAÇÕES CONTEMPORÂNEAS DO CINEMA DO REAL: O *WEBDOCUMENTÁRIO* COMO ESPAÇO HIPERTEXTUAL PARTICIPATIVO

Roberto Arnau Roselló / Universidade Jaume I de Castellón

Introdução: caracterização do fenómeno e descrição dos contornos de uma nova ferramenta criativa

Incorreríamos num grave erro se tentássemos desvalorizar o papel desempenhado pela evolução dos dispositivos audiovisuais e dos mecanismos tecnológicos no desenvolvimento de novas subjetividades e modos de expressão ao longo da primeira década do século XXI. Sem abandonar as ferramentas retóricas dos anteriores meios, estas novas narrativas visuais também propiciaram novos usos, concretizando potencialidades expressivas e significativas. Embora esta situação não ocorresse em todos os casos, não devemos ignorar o facto de que, desde o início do filme, o progresso da tecnologia possibilitou a introdução de novas técnicas e/ou formatos acompanhados por correspondentes abordagens estéticas à sombra das possibilidades experimentais associadas às evoluções técnicas específicas de cada momento histórico.

Precisamente, assistimos na atualidade ao desenvolvimento e à cristalização de um contexto no qual essas transformações estão gerando mudanças efetivas nos modos de fazer, ver, e, portanto, de pensar a imagem. E até poderíamos acrescentar que se existe atualmen-

te um produto para onde converge a maioria das questões mais essenciais sobre representação audiovisual digital, este é, sem dúvida, o *webdocumentário*. Contudo, vamos por partes.

Em primeiro lugar, é necessário estabelecer uma precisão terminológica sobre a natureza do nosso objeto de estudo antes de entrarmos por um terreno que, por natureza, é escorregadio. O estudo do documentário exige uma posição clara em relação às suas tradicionais capacidades de representação da realidade, que não suscite dúvidas sobre o caráter ideológico relativo a este binómio documentário/representação da realidade. Como argumentámos mais profundamente noutro trabalho²¹¹, a nossa posição fundamenta-se no uso preferencial da expressão *método de trabalho documental* a partir de Gauthier²¹², em contraste com o conceito gasto e obsoleto de cinema documental, que apresenta profundas contradições e já não pode responder às derivações do género, nem às questões e desafios que enfrenta. Portanto, numa tentativa de superar o transtorno da palavra “documentário” como Català refere²¹³, falaremos mais adiante de “*cinema do real*”, conceito mais amplo que nos permitirá abarcar um maior número de obras que declaradamente implementam uma estratégia documental, longe das conceções arcaicas do género, isto é, do espartilho imposto pelo próprio termo documentário, propondo novos outros modelos de significado e de estruturação discursiva.

No entanto, os obstáculos não terminam aqui. Para além das dificuldades que pressupõem o uso do conceito, as diversas aceções utilizadas para referir o fenómeno do *webdocumentário* contribuiram para dispersar inicialmente o objeto, situando-o num terreno onde caiu como presa da sua própria construção conceptual. Assim sendo, o autor deste trabalho não sabia exatamente como agir aquando do estudo desta temática, tal a proli-

211. GÓMEZ-TARÍN, J.; ARNAU ROSELLÓ, R., “Aproximació historiogràfica”, em *Eines per la producció del vídeo documental*, Gil, L.; Marzal, J., Benicarló: Onada Edicions, 2008), p. 19.

212. GAUTHIER, G., *Le documentaire: un autre cinéma*, Paris: Nathan, 1995.

213. CATALÀ, J. M., “Reflujos de lo visible. La expansión post-fotográfica del documental”, em *Adcomunica Revista de estrategias de Comunicación*, n.º 2, Castellón de la Plana: Asociación para el desarrollo de la comunicación Adcomunica, Universidad Complutense de Madrid, Universitat Jaume I, 2011: 45.

feração de expressões que pareciam se referir à mesma coisa, decorrentes da novidade do formato e da falta de tradução do termo *webdoc* em Espanha onde nem sequer existiam produtos similares, tal como são concebidos noutros países, especialmente França, EUA e Canadá²¹⁴ com uma forte tradição de cinema documental. Perante um crescente número de aceções como os *i-docs*, *cross-docs*, *digi-docs*, *trans-docs*, *docs* multimédia interativos, *docs* não-lineares, etc., o autor escolheu para identificar os objetos incluídos neste estudo o termo *webdocumentário*, que condensa de modo gráfico uma das potencialidades básicas do novo formato, ou seja, a confluência da narrativa hipertextual própria da Internet (reticularidade, conectividade, interatividade, geolocalização, navegação, multimédia, etc.) com a que é própria do documentário (modos de representação da realidade, naturalização do discurso). Assim, a compreensão do fenómeno é feita a partir de um ponto de vista que engloba todas as manifestações geradas pela convergência fértil entre estas duas áreas de genealogias tão distintas.

Certamente, podemos afirmar que os meios interativos reposicionaram a experiência documental do cinema da realidade fora do contexto tradicional de criação-receção cinematográfica já que transferiram para outro terreno questões tão importantes como as do uso das ferramentas de produção e distribuição, o controle da narração pelo autor ou o papel generativo do novo visualizador-interator. A transformação que acarretam está em curso e ninguém sabe quais vão ser as suas derivações na área de comunicação, embora se intua a magnitude das respetivas revoluções.

Neste sentido, o *webdocumentário*, como manifestação de um género interativo mais amplo, configura-se como um objeto de complexa definição, que escapa a classificações e taxonomias, ao qual convém uma abordagem a partir de uma perspectiva que considere o fenómeno como produto resultante da interação entre as tecnologias do hipertexto e as narrativas documentais num contexto acessível como é o da web. Contudo, tal como sucede

214. Organismos públicos como o CNC (Centre National de la Cinematographie) em França e a ONF (Office National du Film) no Canadá, apoiam a produção de documentários interativos e são, para além disso, as principais plataformas de distribuição do formato-

no *Interactive Documentary Manifesto*, sempre que tratemos de internet é preciso uma extrema precaução com o que lá se considera como não-ficção, uma vez que existe um certo abuso semântico que faz com que possamos encontrar no âmbito deste termo certo tipo de produtos, de qualidade questionável, por vezes, mais perto dos domínios da apresentação powerpoint que da narrativa documental interativa²¹⁵.

A partir de certas propostas apresentadas por Gifreu²¹⁶, alguns autores tentaram definir basicamente o *webdoc* como uma espécie de narrativa enraizada nos jogos de vídeo e no hipertexto (Berenguer), oferecendo os seus próprios modos ou recursos para representar a realidade (Whitelaw), reque-rendo o empenho físico do espectador para navegar no material existente (Goodnow), e permitindo que essa interação proporcionasse ao utilizador um modo aberto para descobrir o seu próprio caminho através da navegação (Gaudenzi), em definitivo concebendo-as como aplicações interativas concretizadas com a intenção de representar a realidade, documentá-la e de possibilitar a interação através de um esquema hipertextual de navegação²¹⁷.

A sua estrutura responde, portanto, basicamente, a um esqueleto hipertextual composto por nós (unidades semânticas que transmitem conteúdo ou um conceito), ligações (*links*) (elementos que conectam os nós, permitindo a navegação do utilizador de um nó para outro) e âncoras (pequenas partes do nó às quais se conecta a ligação) por onde se exploram os mais variados meios de comunicação (áudio, vídeo, fotografia, desenho, etc.).

Este quadro funciona como uma rede de peças interligadas de informação textual no qual a maior carga de significado reside na escolha do modo como conectar os elementos de informação²¹⁸. Assim sendo, a estrutura do hiper-

215. ALMEIDA, A., ALVELOS, H. "An Interactive Documentary Manifesto", em *Interactive Storytelling*, ICIDS, Edinburgh: LNCS, vol. 6432, Springer, Berlin / Heidelberg, 2010, p. 125.

216. Os seus contributos sobre o webdocumentário interativo concretizam-se na publicação de um bom número de artigos e de investigações específicas, assim como na realização de documentários multimédia interativos (consultar bibliografia).

217. GIFREU, A., "El Nuevo discurso de la no ficción interactiva y su aplicación para dispositivos móviles. El caso del documental multimédia interactivo", em *Revista Geminis*, Año 2, nº 1, Junio 2011, <http://www.revistageminis.ufscar.br>. [recuperado a 10 de janeiro de 2013], 2011, p. 238.

218. RIBAS, J. I., *Caracterització dels interactius multimédia de difusió cultural. Aproximació a un tractament específic, els "assaigs Interactius"*, [Trabalho de investigação]. Barcelona: Universitat

texto rompe com a linearidade e assume diferentes formas, dependendo da escolha, da potencialização do papel do leitor, da intervenção, da inclusão de hipermedia, da sua própria complexidade estrutural e de graus de variação de trama, o que supõe uma abordagem localizada nos antípodas da teoria literária aristotélica²¹⁹. De alguma forma, o hipertexto torna visível a sua própria condição discursiva através de elementos que não são organizados numa ordem lógica, nem respondem a um guia de leitura pré-estabelecido, restringindo o ato de fala à interação do utilizador que desencadeia a geração do sentido. Assim se forçam os limites da representação documental clássica para se construir o sentido noutra lugar, com outros meios.

Além disso, este esquema nodal e bifurcado do discurso narrativo possibilita alterar a ordem discursiva e modificá-la de tal forma que consiga adotar uma configuração oposta à que o autor tinha inicialmente incorporado no guião. Pode inverter a leitura ou simplesmente interrompê-la, pelo que se produz uma perda do controlo do autor sobre o fluxo e o sentido de sua obra, o que transforma de alguma forma a autoria numa partilha²²⁰ ou numa descentralização, alterando o que antes eram dois polos distintos (autor-leitor) num eixo autoral que se autoconstrói. Esta mudança no estatuto do espectador significa a transformação de um utilizador passivo num sujeito interativo, dinâmico, que ganha presença, identificação e nível intervenção no âmbito da obra.

Além disso, como Gaudenzi afirma²²¹, esses aplicativos online, como mecanismos abertos e generativos que se relacionam com o seu ambiente através dos modos de interação e de navegação, requerem a participação do espectador-utilizador que ultrapassa o ato hermenêutico de identificação das diversas lógicas de documentação da realidade e dos novos modelos de subjetividade possíveis. Daí surgem precisamente as enormes diferenças

Pompeu Fabra, *Facultat de Comunicació*, 2000, p. 36.

219. LANDOW, G., *Hipertexto 3.0: teoría crítica y nuevos medios en la era de la globalización*, Barcelona: Paidós, 2005, p. 271.

220. GIFREU, A., *op. cit.*, 2011, p. 244.

221. GAUDENZI, S., *Digital interactive documentary: from representing reality to cocreating reality*, [Trabalho de investigação] London: University of London, Center for Cultural Studies, 2009.

com o documentário clássico, que estabelece uma relação com a realidade baseada na aparência do real (imagem) sem perceber que a partir dessa perspectiva, a sua visão do real se encontra encerrada na ontologia que essa mesma realidade propõe como única possível²²². Em contrapartida, o *web-documentário*, como a vanguarda do novo cinema do real, privilegia a crítica epistemológica da realidade e a sua representação, transferindo para um segundo plano a vontade mimética ou testemunhal²²³.

Como nova articulação da forma documental, o *webdoc* é o resultado da acumulação de várias contribuições herdadas dos media anteriores, mas não uma «redução». As suas manifestações estão sustentadas nos pilares da dialética permanente entre o movimento (cinema) e a imobilidade (foto), que se converte desse modo numa forma retórica e num dispositivo hermenêutico. Ao mesmo tempo, ele se configura como um ato de conhecimento e de envolvimento do espectador-internauta, cuja ação amplifica ou completa uma criação anterior²²⁴. Dado o seu inerente carácter multimédia, o uso de suportes gráficos como a ilustração ou o desenho, que não possuem um vínculo fotográfico com o real, faz com que o carácter fictício de tais representações pareça aumentar²²⁵, mas a marca deixada pela realidade num determinado suporte já não é a base deste “documentarismo expandido”, que persegue o objetivo de moldar criativamente algo concebido como real nalgum ponto²²⁶.

Portanto, em consonância com o que propõe Gifreu²²⁷, reivindica-se o *web-documentário* como uma ferramenta com potencialidades para articular o sentido de uma obra audiovisual, estruturando o enredo não como uma

222. Para aprofundar esta questão em particular remetemos o leitor para as lúcidas reflexões sobre este assunto patentes em Josep María Català (consultar bibliografia).

223. CATALÀ, J. M., *op. cit.*, p. 46.

224. KERFA, S., “El documental interactivo o la realidad arborescente como forma de investigar el mundo contemporáneo. El caso de la cadena Arte: una televisión comprometida con la red”, em *Actas del IV Congreso Internacional sobre Análisis Fílmico, Nuevas tendencias e hibridaciones de los discursos audiovisuales en la cultura digital contemporánea*, Bort, I., García, S., Martín, M. Castellón: Universidad Jaume I, 2011, p. 692.

225. Podem consultar-se diversos trabalhos correspondentes a este esquema em: <http://www.lemonde.fr/webdocumentaires/>

226. CATALÀ, J. M., *op. cit.*, p. 48.

227. GIFREU, A., *El documental multimèdia interactiu. Una proposta de model d'anàlisi* [Trabalho de investigação] Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, 2010

única sequência de eventos, mas um argumento multiforme aberto ao envolvimento dos utilizadores, baseando-se na não-linearidade como estratégia discursiva mais próxima da configuração atual da cultura na era digital. Tais potencialidades implicam mudanças radicais sobre os media tradicionais e ainda são mais reforçadas se estiver conectado com aplicações para dispositivos móveis em que o aligeiramento ou a conectividade geram um tipo diferente de comunicação, tátil, mais semântica que sintática, geolocalizada, ubíqua e assistida. De qualquer modo, em muitos casos, a mudança de suporte não implica uma organização revolucionária do conteúdo, nem o compromisso com a web significa a experimentação narrativa - as mesmas ferramentas que podem fazer de um *webdoc* uma experiência imersiva, rigorosa e atrativa também podem suscitar uma proposta vazia e estagnada, não obstante a sua “pirotecnia” tecnológica.

Uma vez concretizado este breve panorama teórico de algumas das propostas que contribuem para o estudo, definição e análise do fenómeno do *webdocumental*, conviria determo-nos, mesmo que brevemente, sobre a génese e o progresso da produção deste formato, praticamente desconhecido em Espanha. Do mesmo modo que encontramos propostas de autores interessantes no horizonte do documentário multimédia interativo, temos de salientar o esquematismo inicial do formato mais ligado ao CD Rom interativo ou ao DVD Rom, tanto offline como online, oferecendo, a partir das possibilidades atuais, experiências muito limitadas do ponto de vista da interação e da navegação²²⁸.

Foi em 2002 que se mencionou pela primeira vez o termo *webdoc* na sessão apropriadamente intitulada “Cinémas de demain”²²⁹, no âmbito do Festival Internacional de Documentários “Cinéma du Réel”, realizado no Centro Georges Pompidou, na capital francesa a cada ano desde 1978. Contudo, tratava-se ainda de uma nova maneira de definir, por referência à qual mal

228. Sobre o *webdoc* como ferramenta de discussão social: <http://prisonvalley.arte.tv/blog/>
Como exemplos destes “proto-webdocs” cabe citar, entre outros: Joan Miró/Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, 1998; ou *Becoming Human*. Institute of Human Origins, Tempe (AZ), 2000.

229. Cinemas de amanhã (tradução do autor).

se tinha vislumbrado as suas potencialidades comunicativas, nem ainda se tinham descoberto exemplos práticos com rigor suficiente para construir um *corpus* visual próprio que suscitasse a atenção de estudiosos para também gerar um *corpus* analítico.

Gradualmente, ao longo dos últimos cinco anos, com as inovações no campo da programação de computadores que inauguram a linguagem HTML5 e o aumento da velocidade de conexão das redes web domésticas, o objeto *webdoc* começa a apresentar o seu caráter atual. A partir da produção de alguns produtos interessantes, nos quais o resultado da combinação e da organização dos diferentes elementos textuais consegue aportar um elemento suplementar de significação (talvez o principal), o seu espaço consolida-se e mostra-se credível, como sucede na primeira produção da empresa visionária Upian²³⁰ em colaboração com o CNC francês: *La Cité des mortes: Ciudad Juarez* (Bourgeais, Gonçalves: 2005)²³¹, em que a qualidade global do projeto e a atmosfera única gerada durante a interação com a obra possibilitam compreender as possibilidades criativas do formato. Pouco depois, a proposta *Thanatorama* (Guintard, Jesus, Biallais: 2007)²³² aporta um novo elemento fundamental que consiste na possibilidade dada ao utilizador se assumir o papel de protagonista. Se de alguma forma o utilizador é, por definição, o co-proprietário do sentido no hipertexto, a focalização do relato audiovisual no nível subjetivo do protagonista da história, neste caso a morte, facilita a identificação do espectador e promove uma atitude que até agora era quase exclusivamente do reino dos jogos de vídeo.

A partir dessas obras *Webdocs*, a produção regista um crescimento exponencial, oscilando entre dois pólos de excelência encarnado por Upian / CNC / Arte, de um lado, e pela ONF, do outro. Os destaques incluem as propostas de *Gaza/Sderot: La vie malgré tout* (Arte: 2008), *Voyage au bout du charbon* (Bollendorf/Ségretin, Honkytonk Films: 2008), *Brève des trottoirs* (Lambert/Salva, France 3/Darjeeling productions: 2009), *Portraits d'un nouveau mon-*

230. Confira-se: <http://www.upian.com/>

231. Confira-se: <http://www.lacitedesmortes.net/>

232. Confira-se: <http://www.thanatorama.com/>

de (Bagot/Gros, France 3: 2010), *Le corps incarcéré* (Salow/Ridet, Le Monde Interactif: 2009), *Wellcome to Pine point* (Shoebriidge/Simmons, 2010), *Highrise: Out my window* (Cizek, 2010), *Les Communes de Paris* (Buisson, FÉMIS: 2010)²³³ ou *Prison Valley* (Dufresne/Brault, Upian/Arte: 2010) objeto de análise neste trabalho.

Deve salientar-se que, sob um ponto de vista industrial, embora existam projetos *webdoc* de baixo orçamento desenvolvidos por pequenos grupos de trabalho, como *La Maraude: à l'écoute de sans-abris* (France/Gorisse-Mondoloni, 2010)²³⁴, o formato é construído a partir do apoio institucional de algumas empresas públicas – nunca privadas - (Arte, BBC, NFB, France 3, etc.), cujo papel foi fundamental no desenvolvimento do formato tal como é apresentado atualmente. Apenas é necessário comprovar, por exemplo, os 28% do orçamento de produção de programas dedicados à criação de arte documental, ou à inclusão de uma menção específica no seu *site* para este tipo de projetos *transmedia*. Essa vinculação também pôde ser detetada no facto de que, como género, o *webdoc* se ter constituído herdeiro da grande reportagem da televisão e de outros produtos audiovisuais televisivos como a reportagem ou a crónica, apesar das suas capacidades significativas lhe terem possibilitado ultrapassar o âmbito estritamente televisivo e aceder a um domínio mais próximo do cinema de ensaio (nalguns casos), mais propenso a divagações, à abertura de sentido e à subjetividade do autor, ao contrário do que se poderia pensar a priori, dada a sua origem, tornando-se um excelente exemplo deste novo cinema do real.

233. Confira-se: <http://www.lescommunesdeparis.fr/>

234. Confira-se: <http://www.dna.fr/maraude/>

Metodologia de análise aplicada: definição de parâmetros de análise antes da sua adaptação ao *webdocumentário*

Numa perspetiva metodológica, a análise de *Prison Valley* (Dufresne/Brault, Upian/Arte: 2010)²³⁵ deverá conduzir-nos à confirmação (ou não) se algumas características do *webdoc* referidas no ponto anterior se descortinam neste projeto e como se encontram organizadas para gerar sentido.

Evidentemente, a análise de um produto hipermedia exigirá ferramentas específicas que ultrapassem as limitações das empregadas na análise do filme tradicional. Contudo, também é igualmente correto que sem estas ferramentas clássicas e imprescindíveis tal análise não teria sentido, nem existiria possibilidade de abordar as abordagens ideológicas que se escondem na forma de conteúdo. A análise do filme não é estranha às modas no campo das ideias e às escolas de pensamento, de modo que podemos falar atualmente de um certo desinteresse dessas metodologias que envolvam uma abordagem baseada em estudos semióticos, aquelas em que o texto é o centro da atividade analítica, em proveito das que se identificam com os estudos culturais ou outras correntes teóricas contemporâneas²³⁶. A análise textual do *webdocumentário* não revelará a realidade ou a irrealidade dos factos relatados, mas os mecanismos e ideologias através dos quais damos significado a esta suposta realidade. Em suma, uma atividade analítica rigorosa irá estimular a investigação sobre a nossa própria relação com as formas de representação da realidade e, conseqüentemente, sobre essa mesma realidade.

A metodologia de análise que será explorada na nossa abordagem a *Prison Valley* encontra-se fundada em desenvolvimentos analíticos anteriores derivados essencialmente de duas propostas complementares, de cujas abordagens utilizaremos os elementos que considerarmos necessários para realizar a nossa tarefa. Dos elementos escolhidos e da sua aplicação a um

235. Confira-se: <http://prisonvalley.arte.tv/?lang=en>

236. MARZAL, J. y GÓMEZ-TARÍN, F.J., *Metodologías de análisis del film*, Madrid: Edipo, 2007, p. 3.

determinado *webdoc* se descortinará uma metodologia própria, adequada ao que Català designa de caráter paratáxico do formato²³⁷ baseado na justaposição de diferentes fragmentos textuais como principal estratégia discursiva.

A primeira das propostas, realizada por Javier Marzal e Francisco Javier Gomez Tarín²³⁸, organiza o trabalho analítico em torno de uma dupla tarefa: a da desconstrução dos elementos do filme (desconstruir = descrever) e subsequente estabelecimento das relações entre os diferentes elementos para compreender os mecanismos que possibilitem construir uma unidade significativa (reconstruir = interpretar). Com base neste processo, a metodologia descrita por estes autores estabelece a ordem dos passos que o analista deverá encetar e que pode ser sistematizada em quatro fases inter-relacionadas: a do estudo dos parâmetros e do nível contextual, a da análise da materialidade do filme documental, a da avaliação dos recursos expressivos e narrativos e, finalmente, a da interpretação integral do texto documental. Essas fases incluem os seus respetivos processos e podem ser resumidas no seguinte esquema:

- a. *Estudo do nível contextual*: recolha de informação documental sobre as condições contextuais de produção, distribuição e exibição do filme, recepção desde a estreia, definição de um critério ordenador, inscrição num certo modelo de representação, ou de reconhecimento de estilemas. *Decoupage*. Definição dos objetivos da análise.
- b. *Estudo da materialidade do filme*: geração de instrumentos analíticos, segmentação, ficha técnica e artística, análise textual.
- c. *Análise dos recursos expressivos e narrativos*: recursos expressivos (composição, fotografia, profílmico, relação imagem/som, composição musical, interpretação). Recursos narrativos (guião, relato, diegese, narrador, ponto de vista e de escuta, enunciação fílmica).

237. CATALÀ, J. M., *op. cit.*, p. 60.

238. MARZAL, J. y GÓMEZ-TARÍN, F.J., *op. cit.*

Inspirada por sua vez nos métodos de análise de Vanoye y Goliot-Lete (ver bibliografia)

d. *Interpretação geral do texto do filme*: parâmetros contextuais da recepção do filme, interpretações alheias e interpretação do analista.

Num enquadramento sintético do que proporemos como modelo adaptado à análise do *webdocumentário*, vamos incluir aqueles itens fundamentais para uma compreensão básica do hipertexto, conciliando na mesma abordagem os critérios e os princípios das outras.

A segunda proposta, que se descortina na metodologia de análise desenvolvida por Gifreu²³⁹, está totalmente adaptada ao hipertexto com ferramentas analíticas específicas, destinadas à clarificação do significado destes dispositivos de comunicação. Neste caso, a estrutura metodológica fundamenta-se em quatro categorias analíticas principais:

- a. *Organização e estrutura da história*: relação entre o conteúdo (unidades de informação), estrutura (vinculações semânticas e estruturais), apresentação (*interface*, intermediário) e a dialética local/global (desenho de nós individuais e planificação da globalidade da rede para unir os nós às ligações).
- b. *Integração de conteúdo e navegação*: eixo autor/leitor (grau de controlo da narrativa e da experiência protagonizada pelo leitor), eixo controlo/descoberta (autoria fechada vs. disponibilização de opções para o utilizador) eixo gozo/ dificuldade (equilíbrio para encontrar soluções que ativem respetivamente mecanismos de implicação e de estímulo do utilizador). Tipologias de interação (extrínseca, intrínseca). Tipo de interação (forte, média, fraca).
- c. *Modos de representação da realidade* (expositivo, observacional, participativo, reflexivo, performativo, poético)
- d. *Modalidades de navegação e interação* (partida, temporal, espacial, testemunhal, ramificada, hipertextual, preferencial, sonora, imersivo-simulada)

239. GIFREU, A., *op. cit.*, 2010, pp. 113-140.

Para mais informações sobre assuntos relativos ao projeto poder-se-á consultar complementarmente o blog criado especificamente para tal propósito.

Neste esquema, que fornece elementos para os modos de análise do hipertexto, as formas de representação possibilitam-nos perceber a atitude fílmica do realizador perante o facto relatado, os modos de navegação de como se organizam as várias formas de navegar num desenvolvimento multimodal não-linear e os modos de interação de como o utilizador se pode apropriar em certa medida da narrativa e nela deixar um rasto da sua presença.

Pela nossa parte, sistematizaremos no seguinte quadro as fases e os processos do nosso método de análise especificamente direcionado para o *webdocumentário*, produto da combinação dos elementos atrás descritos:

Fase	Processo	Elementos/Critérios
1	Estudo do nível contextual	Condições contextuais de produção, distribuição e exibição do filme, receção desde a estreia, determinação de um princípio ordenador, inscrição num certo modelo de representação ou reconhecimento de estilemas de autor. Découpage. Determinação dos objetivos da análise. Segmentação, ficha técnica artística.
2	Análise dos recursos expressivos e narrativos	Organização e estrutura do relato: relação entre o conteúdo (unidades de informação), a estrutura (vínculos semânticos e estruturais), a apresentação (interface, intermediário) e a dialética local/global (desenho de nós individuais e planificação da globalidade da rede para unir nós com ligações). Recursos expressivos (composição, fotografia, profílmico, relação imagem/som, composição musical, interpretação). Recursos narrativos (guião, relato, diégesis, narrador, ponto de vista e de audição, enunciação fílmica, modos de representação). Integração do conteúdo e navegação: eixo autor/leitor (grau de controle da narrativa e da experiência do leitor), eixo controlo/ descoberta (autoria fechada vs. existência de opções para o utilizador) eixo gozo/dificuldade (equilíbrio entre soluções que ativem respetivamente mecanismos de implicação e de estímulo do utilizador). Tipologias de interator (extrínseco e intrínseco). Tipo de interação (forte, média, fraca). Modalidades de navegação e interação (partida, temporal, espacial, testemunhal, ramificada, hipertextual, preferencial, sonora, simulada-imersiva)
3	Interpretação global do texto fílmico	Parâmetros contextuais da receção do filme e interpretações alheias, interpretação do analista. Outras questões de interesse. Anexos.

Análise do *webdocumentário Prison Valley* (David Dufresne, Phillipe Brault, 2010)

O *webdocumentário* que pretendemos analisar é um objeto audiovisual atípico. A sua produção pressupôs um ponto de viragem nas possibilidades e aspirações estéticas deste formato resultantes de uma forte consolidação da viabilidade das suas ferramentas e de uma confirmação das capacidades únicas na produção de certos conteúdos visuais. Trata-se de um produto pioneiro que mantém a narrativa como um pilar básico da obra, mas quebra com a linearidade, opondo-se a uma construção em árvore (ou rizomática) em função do tipo de interação que procura e dos mecanismos utilizados para a gerar, como veremos.

Prison Valley, um projeto liderado por David Dufresne (jornalista) e Michel Brault (fotógrafo), produzido por Alexandre Brachet de Upian e Arte.tv em colaboração com o CNC, viu a luz em abril de 2010²⁴⁰. É um trabalho documental sobre o sistema prisional nos EUA abordado a partir de uma viagem ao coração de uma área desértica que subsiste e está organizada em torno da indústria da prisão, e onde está localizado o maior complexo prisional no país. Uma área que reúne 36.000 habitantes e 13 complexos prisionais que são o sustento económico de Fremont County (Colorado). Para alcançar o seu objetivo, este projeto leva o jogo da imersão um passo à frente, transformando o utilizador no actante gerador/protagonista da história, dotado de uma vasta gama de recursos tecnológico-retóricos, uma fotografia e um trabalho de design de *interface* que é consistente com a articulação discursiva do filme.

As condições de produção do documental foram adequadas, o apoio da Arte.tv e a experiência de Upian possibilitaram aumentar a envergadura da obra levando a interatividade do projeto muito mais longe, oferecendo não só uma série de elementos navegáveis, mas também parâmetros de interação que possibilitassem colocar o utilizador num ponto de vista capaz de con-

240. Para obter informações complementares sobre questões de diversa índole relativamente ao projeto poder-se-á consultar o blog criado especificamente como complemento do *webdocumentário* e como ferramenta de discussão social em: <http://prisonvalley.arte.tv/blog/>

dicionar toda a história e a sua posterior interpretação. Assim, a equipa de produção estaria organizada em torno de uma ideia básica de design do *site* e de um tratamento filmico específico dos realizadores, que funcionasse como veículo de um retrato de fundo ideológico. Os contrastes gerados pela utilização do som ambiente, a dominante de cor laranja e os claros-escuros do *interface* ajudaram a reforçar esse ponto de vista. Tanto assim é que o espectador pôde sentir o peso do ambiente prisional que domina desde o início da história, algo que não é inocente.

Apesar da qualidade e do aspeto profissional do trabalho, um factor notável é, sem dúvida, os cineastas não provirem do mundo do cinema, mas de áreas adjacentes, como o jornalismo e a fotografia. O formato *webdoc*, como campo inexplorado, tem estado mais próximo do jornalismo e da televisão do que do cinema (embora se tenham produzido projetos de ficção interativa), mas nem por isso deixou de construir o seu espaço com ferramentas também (e até mesmo poderíamos dizer, essencialmente) cinematográficas. Mas a liberdade outorgada pelo espaço, ou pelo meio, para explorar é tão grande que as ideias têm valor por si mesmas, sem escolas ou experiências (embora este trabalho destile a experiência acumulada nos respetivos campos do jornalismo e da fotografia cuja influência é evidente no resultado final) e, mais importante, o trabalho de uma equipa de pessoas cujas ideias determinaram a direção e a configuração final do projeto. Passamos a descrever a ficha técnica do filme para o dissecar posteriormente, através da análise dos dispositivos narrativos que o sustentam e da natureza do discurso que dirige. Descrevemos num quadro sinóptico as fases da nossa abordagem com o propósito de ilustrar o processo, mas preferimos uma redação dessa análise de um modo mais livre, estruturado discursivamente para transmitir um espírito de avaliação e não para repetir um determinado esquema.

Ficha técnica e artística

Título: Prison Valley

Realização: Philippe Brault y David Dufresne

Produção: Alexandre Brachet y Gregory Trowbridge

Assistente de produção: Margaux Missika

Disegn Web e *Interface*: Sébastien Brothier

Edição: Cédric Delpont

Música Original: Bertrand Toty

Programação Flash: David Després

Desenvolvimento Flash: Bertrand Tronsson

Programadores Flash: Jerome Goncalvès and Mathieu Chapuis

Desenvolvimento Web: Maxime Quintard and Hans Lemuet

Consultor de produção: Eric Drier

Desenvolvimento iPhone: Pierre Bertoux y Guillaume Doutriaux (Kamaji Multimédia)

Unidade documental Arte France: Pierrette Ominette, Marianne Levy-LeBlond,

Departamento de Desenvolvimento Arte France: Marie-Laure Lesage, Anne Pradel, Audrey Mettoudi.

Departamento Web: Joël Ronez, Heidelinde Blumers, Marie Chevalier, David Carzon

Imprensa: Agnes Buiche, Celine Chevalier

Tradução Inglês: Simon Pare

Tradução Alemão: Ulrich Forderer y Astrid Forstbauer

Intérprete: Elizabeth Ragland

Voz-over: David Dufresne (Francés), Gary Granville (Inglés), Christian Stonner (Alemán).

Mistura de som: Benoît Hery - YAP

Músicas adicionais: “Cañon City” (Wilbert Harrison) by Richard E. Good; “Fell In Love With A Girl” (Jack White/White Stripes) by The Flumps; “Polly” (Kurt Cobain) by The Flumps; “Woodpecker Waltz” (Tom Garcia) by 2 Wheels Turning Florence High School Husky Band.

Grading: Frédéric Fleureau

Pós produção: Jean Laurent Feurra

Banco de imagens: 'Cañon City' by Crane Wilbur (1948), Crowley County Correctional Facility riots - anonymous photos (2004), Supermax inmates (photos AFP / Sipa Press).

Produção: Upian, Arte. Con la participación del CNC.

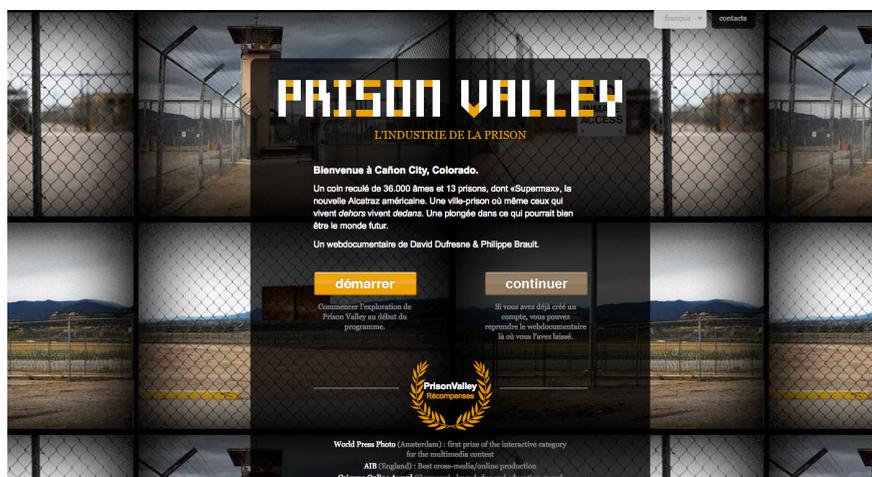


Figura 123

A partir da sua conceção e das primeiras etapas de pré-produção, trabalha-se no filme como se fosse um projeto multiformato que se desdobra em vários suportes e adota um carácter polimórfico, em forma de *webdoc*, de documentário tradicional para exibição na televisão, de livro e, finalmente, de formato de *app* para celulares iPhone da Apple. Esta estratégia de *cross-media* certamente arriscada, mas muito em voga, implica a existência de uma equipa ainda maior de profissionais responsáveis pelo desenvolvimento deste produto multi-facetado e, ao mesmo tempo, uma coordenação capaz de assegurar uma homogeneidade dos diferentes objetos que constituem o projeto. Para isso, é essencial que na equipa de produção se integrem designers web e animadores de Flash cuja ação seja fundamental na conceção inicial e no desenvolvimento dos elementos de navegação; mas também programadores de linguagens essenciais para a viabilidade do produto como php, html, etc.; uma equipa de *webhosting* para lidar com a administração e

a manutenção do *site*, a contratação de servidores e de domínios, além da equipa que é suposto assegurar uma produção audiovisual tradicional: produtores e realizador, equipa técnica e de produção, montagem, etc..

Referimos no início desta secção, que *Prison Valley* era um *webdoc* atípico e o sucesso desde o seu lançamento comprova isso. Os dados de audiência são esmagadores para este tipo de trabalhos experimentais, mesmo que tenham tido o apoio financeiro e logístico de uma televisão como o canal Arte. O dia de estreia na web é de notoriedade instantânea, com a plataforma a receber mais de 1.000.000 visitantes. Nos dias seguintes, o número é reduzido para 400.000, com milhões de vídeos vistos por utilizadores. Além disso, cerca de 100.000 visitas são contadas através de outras plataformas de web colaborativa, como a do jornal Libération ou do canal Arte (que já tinha contribuído, por sua vez, com mais de 500.000 telespectadores graças à transmissão do documentário de 59 minutos), ao qual devem ser adicionados finalmente cerca de 15.000 visitas por mês registadas durante 2011 até ao início de 2012. Hoje, três anos depois de sua estreia, continua online. O sucesso sem precedentes de um trabalho deste tipo e a sua inegável qualidade prepararam o terreno para vencer o prestigiado 1º prémio World Press Photo do ano 2011 na categoria de multimédia interativo, o que foi além das expectativas iniciais do projeto e lhe aportou um nível de projeção internacional a par das produções cinematográficas de cariz documental mais exibidas em todos os tempos (como, por exemplo, *Bowling for Columbine*, Michael Moore, 1999).

Proceder a uma *découpage* neste tipo de projetos apresenta uma utilidade limitada para a análise da enunciação fílmica dos fragmentos de vídeo. Neste caso para nós é muito mais apropriado, dada a justaposição significativa de imagens animadas ou estáticas, realizar uma segmentação sequencial da aplicação para identificar as lógicas narrativas subjacentes, assim como as suas motivações, a fim de encontrar padrões formais determinantes da história. Assim, a partir da dissecação da estrutura do relato, mostram-se as diversas ‘camadas’ de sentido que revestem a superfície do que aparece como visível ou audível.

Sequência	Conteúdo Narrativo	Navegação/ interação
1	Chegada ao vale / Título. Créditos iniciais.	Não
2	Chegada ao hotel / Helena Dabrowski	Sim (Registro)
Raiz	Interface Cinemático: núcleo da navegação Quarto 12 do motel Riviera	Sim (Navegação, exploração, interação)
3	Chris Donner: defensor pela reforma penal	Não
4	Erin Rosa: jornalista	Não
5	Homenagem a guardas mortos em serviço (Colorado springs)	Sim
6	Para Supermax	Não
7	El Alcatraz das rochas / Allen Rexford	Sim
8	A câmara de gás	Não
9	Um, dois, três, quatro.	Não
10	O vendedor de uniformes	Não
11	O xerife da cidade / Cemitério de prisioneiros	Não
12	Interior da prisão: O choque	Sim
13	A fábrica-prisão / Buffy Wates	Sim
14	Uma noite com Brenda	Sim
15	Município de Florence (Colorado) / Dori Williams	Não
16	O tempo dos pioneiros	Não
17	Good Thyme Café	Não
18	A “Correction fatigue”	Não
19	O medo	Sim
20	A cela fantasma	Não
21	O desfile	Não
22	Uma indústria estável / Ed Norden	Não
23	Presos que fabricam celas / Katherine Sanguinetti	Sim
23	Os cárceres privados	Sim
24	Adeus ao vale	Não

A segmentação das sequências deve ser consistente no que respeita ao design do *interface*, às potenciais interações do utilizador e à configuração gráfica da história que se concretiza na organização plástica dos diversos elementos no núcleo da aplicação: o denominado *interface* cinemático, re-

sultante da combinação e da copresença simultânea de diferentes partes textuais, apesar da sua heterogeneidade, transmite uma aparência de fluidez e de homogeneidade.

O tipo principal de navegação de *Prison Valley*, por ser o mais direto e requerer menos processamento, apresenta uma certa tendência linear, provavelmente derivada da sua estrutura orgânica enquanto documentário de 59 minutos emissíveis / distribuíveis em tal formato. A construção hipertextual do itinerário narrativo assenta, paradoxalmente, numa estrutura uniforme que possibilita retomar a narração documental em qualquer altura no ponto onde se tinha parado previamente à execução dos elementos interativos. A linearidade da narrativa principal contrasta com as linhas de fuga disponibilizadas no trajeto a partir de *links* nas cenas.

A encenação gira em torno do género *road-movie*, que está subjacente a todo o *webdocumentário*, cuja evolução ocorre em paralelo à presença dos realizadores e dos seus entrevistados. Os planos em movimento desde o carro em andamento e o som ambiente são uma constante, uma referência permanente a uma busca incessante num território inóspito que é um personagem (talvez o protagonista) e a voz off apela constantemente em busca de respostas que não chegam ou, ainda pior, geram mais perguntas. Como história coral, é sustentada pela presença e o valor do testemunho, mas sua validade não é um dado adquirido, mas um ponto de partida para outros questionamentos sobre a realidade e o modo como se (re) apresenta. A “verdade” dos personagens não é dogma, mas matéria de escrutínio e de contextualização.

Por outro lado, é de destacar o papel atribuído ao som nas diferentes partes da aplicação. A construção da banda sonora denota um trabalho consciente e criativo que gera sentido por si só, promove uma atmosfera mesclada de sons ambiente provindos dos diversos lugares com os quais o relato estabelece uma significação. O tratamento de som enfatiza especialmente o aspeto opressivo do território e das prisões, a atmosfera monótona dos espaços penitenciários sons metálicos e reverberados próprios dos corredores, o zumbido das máquinas que permanecem em funcionamento apesar

dos “sinais” ético-políticos. O recurso à música, a maior das vezes diegética, é muito pontual, restringindo-se exclusivamente a transições entre sequências e, no final do filme, servindo como um contraponto à sordidez da história.

A página de partida (*home*), que não é a página central do projeto, ao contrário do que sucede numa página da *web*, situa-nos perante um mosaico de imagens de perímetros de segurança aos quais se sobrepõe uma caixa de diálogo que nos permite iniciar a interação com o programa (este ponto de vista inicial pode identificar-se com o nível subjetivo do olhar de um prisioneiro que, por entre o gradeamento, vislumbra um espaço exterior ermo e sem oportunidades). Nesta mesma página já se pode selecionar o idioma da voz do narrador e da legendagem (Inglês, Francês, Alemão) e abrir uma janela de contato que nos possibilita manter correspondência eletrônica com a equipa de produção.



Figura 124

Assim que tenhamos acedido ao programa, embora ainda não nos tenhamos registado, a sequência introdutória é verdadeiramente devastadora. Num plano geral em movimento a partir de um carro que lentamente nos insere num vale através de uma estrada extremamente sinuosa e íngreme, encastrada num semi-deserto onde pesa um céu de chumbo, da audição de

um fragmento de uma das entrevistas (de momento só sabemos que é uma mulher e, portanto, não é a voz do narrador) e do aparecimento do título do documentário, o mergulho do espectador neste inframundo é imediato, tomando literalmente, a forma de uma descida ao inferno. É como se penetrasse nas entranhas de um negócio (o da prisão) pútrido que só pode vingar num mundo sórdido longe de tudo, onde a sobrevivência e a ignorância impedem o pensamento e bloqueiam os princípios éticos.

Após este primeiro choque que desencadeia (e, obviamente, condiciona) o resto do relato, o ponto de vista subjetivo do carro como pretexto para a progressão do relato interativo converte-se num estilema, num motivo recorrente que articula de certo modo a história tornando-se num elemento que contribui para a identificação do espectador como protagonista desta particular investigação.

Uma vez chegados ao motel no meio da chuva, o que reforça a sensação de desconforto que até agora apresentavam a câmara e o narrador, exige-se-nos o registo na aplicação. A partir de uma lenta panorâmica vertical perante a receção do hotel surge no ecrã um formulário de inscrição num quarto relativamente ao qual nos é solicitado um endereço eletrónico. Se isso pode ser considerado demasiado arriscado para alguns utilizadores da Internet que preferem sair da aplicação, é um elemento indispensável na retórica da estratégia interativa. O registo é definido como um crivo positivo pelo qual o utilizador é colocado no centro da experiência a vários níveis: como alter ego do realizador que pretende alugar um quarto no motel, e como o protagonista único da experiência interativa, surgindo neste aspeto um certo carácter lúdico. Para além disso, é-lhe disponibilizada a possibilidade de partilhar as experiências nas diversas redes sociais como o Facebook, Twitter, etc. e fóruns criados especificamente para ele. O sucesso destes é um facto especialmente enfatizado pelos cineastas; é paradoxal verificar como neste universo essencialmente visual, se produz este predomínio do escrito, da palavra, contudo é de notar que a dedicação absoluta dos moderadores na gestão e revitalização dos fóruns tem sido um elemento-chave

para o sucesso destes espaços de intercâmbio. Este contraste entre o prazer e dificuldade serve como exemplo do eixo a que nos temos referido como um critério de análise.

De momento o programa interativo desenvolve-se numa linearidade suspeita, mas a partir do registo da narração, evolui como uma caixa de bonecas russas a partir do espaço de navegação relativo ao quarto do motel onde ficaram alojados os realizadores durante as filmagens. Deste espaço, para o qual também foi construído um espaço sonoro baseado em ruídos mecânicos e ambientes repetitivos, e que faz lembrar as “cenas de crime” típicas dos jogos de vídeo de enigma nos quais a disposição espacial dos componentes da cena determina o seu aspeto formal, é o utilizador que controla absolutamente a evolução, a profundidade e o ritmo da experiência. No quarto, representado por uma fotografia de grande formato panorâmico (uma vez que não podemos ver o quarto inteiro sem mover nosso ponto de vista) são identificados os elementos interativos típicos de um motel e de uma investigação que disponibilizam outros conteúdos visuais cuja presença secundária ao módulo central da aplicação (o documentário de 59 minutos) não implica um papel menor na construção do sentido. Encontramos um telefone interativo (Receção) cuja execução exhibe automaticamente a fotografia em tamanho quase natural do aparelho, uma TV interativa (Infos) cuja execução desencadeia o aparecimento de um controlo remoto que possibilita mudar de canal, um *laptop* numa pequena mesa cujos click nos levam diretamente para os fóruns da aplicação, um caderno de apontamentos contendo informação hipertextual dos personagens do filme, uma coleção interativa de sinais e recordações (indícios) espalhados sobre a cama cujo conteúdo aumenta à medida que avança a visualização das sequências e pode acomodar até 30 elementos respeitantes a personagens ou a questões centrais da história, uma janela no pátio (Janela) que oferece a panorâmica do pátio do motel e, finalmente, uma porta para sair, que traz o internauta de volta ao ponto de partida no qual acede ao quarto do hotel. A qualidade da fotografia e o realismo do espaço deste *interface* cinematográfico incentivam a identificação do utilizador com um inquilino, ao mesmo tempo que a sua presença plásti-

ca torna mais fácil a navegação e lhe desperta a curiosidade para explorar e se surpreender uma vez imerso na produção. Da mesma forma, a partir do ponto de vista enunciativo, a escolha torna clara a existência de um dispositivo mediador e uma representação que é modelada à sua vontade.

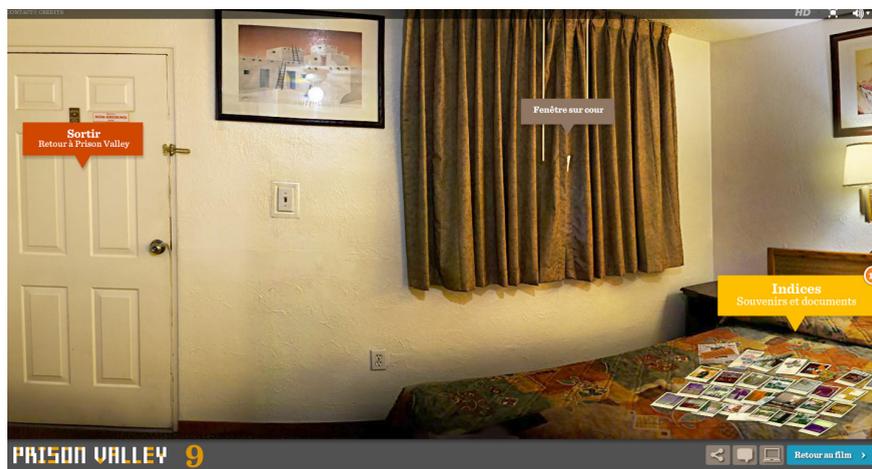


Figura 125

Deste núcleo de navegação, o utilizador pode aceder a várias partes da história ou conteúdos extra que não estão no documentário, apesar da relação direta estabelecida com o enredo do filme. Assim, a aplicação disponibiliza material gráfico e visual complementar que é baseado na história como

âncora e estabelece ligações semânticas com outros componentes icônicos da narrativa. Como se não fosse suficiente, a porta da sala, que nos traz de volta para o nosso *tour*, abre um terceiro espaço, que nos coloca num mapa onde é possível averiguar o percurso já percorrido até àquele momento e onde podemos aceder às diversas personagens e às sequências de filme para nos determos onde quisermos sem o espartilho da linearidade. Essa navegação por mapas é um recurso amplamente utilizado na estrutura dos *webdocs* citados neste trabalho, no entanto o uso coerente e justificado do mapa que é proposto em *Prison Valley* é muito original. Tratando-se de uma viagem espiritual que serve de pretexto para a realização de uma investigação sobre o sector dos estabelecimentos prisionais e as suas implicações, o mapa como recurso de localização, espacialização e busca de um percurso exploratório é um elemento que ressalta o conceito fundamental deste documentário e que reporta à itinerância, à busca, ao movimento como parte de uma estratégia que enfrenta imobilidade de pensamento na procura de respostas às perguntas que o próprio espaço gera. A cartografia desempenha aqui, portanto, um sentido transcendental.

Ao nível da relação entre o conteúdo (unidades de informação), a estrutura (ligações semânticas e estruturais), a apresentação (*interface*, intermediário) e a dialética local/global (desenho de nós individuais e planeamento da globalidade da rede, para unir nós comlinks), podemos afirmar que o trabalho apresenta um nível de consistência e de navegabilidade invejável. Como já referimos, o design e rigor plástico não oferecem quaisquer dúvidas, enquanto as ligações semânticas estabelecidas com os outros elementos da aplicação facilitam o fluxo de interações e de decisões de navegação do utilizador. O design da estrutura do hipertexto estabelece uma forte conexão com o dos nós individuais, de modo que a navegação através desta estrutura é uma extensão da que é feita naqueles. A organização e o tipo de interação dos referidos nós converge com a própria estrutura, com a qual a identificação e a homogeneidade entre eles é absoluta. Deve notar-se que os vetores de união dos nós com as ligações indiciam um desejo de abertura por parte do programador, que dá liberdade ao utilizador para escolher o caminho

que quiser percorrer sem que, no entanto, lhe seja possível aceder à parte final do filme antes de visitar alguns pontos previamente determinados da narrativa.

A integração de conteúdo narrativo e de navegação manifesta-se por intermédio da existência, mais ou menos presente, do eixo autoral (autor/leitor) e do grau de controlo que este adquire. Neste sentido, o *webdoc* apresenta os três tipos de interação de acordo com a importância das decisões que vai tomar. A interação fraca (reativa) é a menos comum e concretiza-se, por exemplo, na seleção de idioma na página inicial e no acesso a determinadas partes do programa que não têm nem saída, nem elementos de navegação. A interação média (interativo-configurativa) está presente em grande parte do filme, e encontra-se permanentemente no modo de opção interativa no final de algumas sequências (2, 5, 7, 12, 13, 14, etc.), possibilitando ampliar a experiência do utilizador em diversos âmbitos: fóruns, vídeos, fotografias, gráficos, etc., ou continuar o percurso, avançando para a próxima sequência do documentário.

Por sua vez, a interação forte (generativa) aporta ao *webdocumentário* um carácter específico. Manifesta-se em momentos de maior condensação narrativa, nos quais a intervenção generativa do utilizador adquire todo o seu significado. Assim sucede no *interface* cinematográfico representado pela fotografia panorâmica móvel da sala, que possibilita aceder ao *corpus* dos conteúdos hipertextuais, mas também na sequência 19, intitulada “O medo”, onde, após as declarações de alguns personagens entrevistados nas anteriores, um par de caixas de diálogo (um motivo frequentemente repetido no final de boa parte das sequências) introduz um novo espaço de interação. Nele, o ecrã é dividido horizontalmente para que exista a possibilidade do programa aceder à ligação da nossa própria webcam e gravar o nosso testemunho. Na parte superior, encontra-se uma linha navegável de vídeos relativos ao modo como os personagens responderam à mesma questão (o que é para você o medo?); na parte inferior, uma outra linha, mas com as opiniões de alguns internautas da Internet gravadas por intermédio da webcam. Esta possibilidade generativa do utilizador, de poder incorporar o seu

ponto de vista sobre o medo no catálogo de opiniões, conduz a que passe a fazer parte do próprio relato, sintetizando a essência da obra e do formato, transformando o texto documental clássico e fechado num espaço aberto à participação (embora presente, certamente, limites). A opção de aprofundamento de qualquer dos personagens ou temáticas adjacentes apresentados no *webdoc* é sempre possível, quer seja a partir da opção interativa no final das sequências ou de informações contextuais extra que possibilitem, por exemplo, o contato com as personagens do filme através de e-mail.

O recurso ao modo de navegação ramificada também é uma constante que articula a estrutura de toda a aplicação, embora existam igualmente pequenos módulos de navegação partida ou simulada imersiva. Muitas vezes, as sequências dão lugar a outros elementos, em princípio ocultos antes de navegação, que, por sua vez, se relacionam com outros, numa rede de significados concomitantes derivada da justaposição desses componentes no *interface*. Todos estes aspetos configuram uma estrutura de videojogo na qual o utilizador desempenha papel de *outsider* que, primeiro, entra no ambiente para obter uma impressão sobre a vida neste lugar remoto e, depois, mergulha no universo proposto pelo *webdoc*.

Sob um ponto de vista hermenêutico, *Prison Valley* é apresentado como uma investigação salpicada com ironia sobre o negócio do setor presidiário nos EUA, na qual se privilegia a perspetiva crítica do pesquisador-repórter-fotógrafo como primeiro elemento de imersão, para construir com outros fragmentos um conjunto gráfico hipertextual que induza essa identificação. O negócio sujo da prisão escapa ao controle administrativo, o Estado é o único fornecedor e cliente (com exceção das prisões privadas já muito implantadas nalguns estados dos EUA), não existe concorrência ocorrendo situações tão desumanas e surrealistas como as do fabrico das próprias celas pelos prisioneiros pagos com salários irrisórios. Tal como sucede na indústria do armamento, o enorme benefício produzido, patrocinado por governadores republicanos e outros lobbies poderosos, é baseado na exploração do homem pelo homem e no medo que se encontra subjacente às

ideologias ultra-conservadoras. A construção formal de espaço web, as relações entre os vários elementos, o espaço sonoro opressivo e o ritmo fílmico reforçam narrativamente estes aspetos.

Os silêncios e ambiente sonoro, próprios de espaços de isolamento e de privação sensorial como os que descrevem o guarda Allen Rexford (seg. 7), reforçam essa impressão bolorenta de clausura, situando, uma vez mais, o espectador no mesmo universo sonoro dos prisioneiros. Os mecanismos que fomentam essa identificação decorrem dos modos de interação com o programa, num jogo de responsabilidades em que o utilizador é o único implicado e a profundidade da sua interação com o programa dependerá, em qualquer caso, das suas decisões e o sentido caminhará par a par com estas. A atitude dos produtores quanto à temática do *webdoc* é evidente, tanto na construção da aplicação interativa e na abertura do eixo autoral, como no planeamento, ritmo e comentários dos fragmentos pertencentes a esta produção de 59 minutos. Portanto, apesar de apresentar uma clara distanciação da equação internet-vídeo breve, esta é uma longa-metragem fundamentada numa experiência imersiva complexa e extensa, onde os microrrelatos a que o espectador tem acesso e que compõem a aplicação se constituem como o eixo central em torno do qual se organizam os demais elementos multimédia e os padrões de relação com o resto do conteúdo visual da produção.

Além da presença dialética dos testemunhos das entrevistas, certas sequências também estão organizadas em torno de um ritmo específico de montagem, do uso de som, da fotografia e de uma escala variável de planeamento. É o caso da homenagem aos guardas prisionais mortos em ação, realizada em Colorado Springs (sec. 5), enquanto é mostrado um *slideshow* de imagens fotográficas do evento e escutado o registo de algum *speech* não traduzido, conjugado com os sons das proximidades de uma estrada que ensurdecem a inteligibilidade do ato. Esta combinação de factores e o retrato de uma cerimónia quase ridícula, constroem um enunciado que faz confluir as inclemências dessa terra com as liturgias beatas próprias de uma sociedade extremista e ultraconservadora.

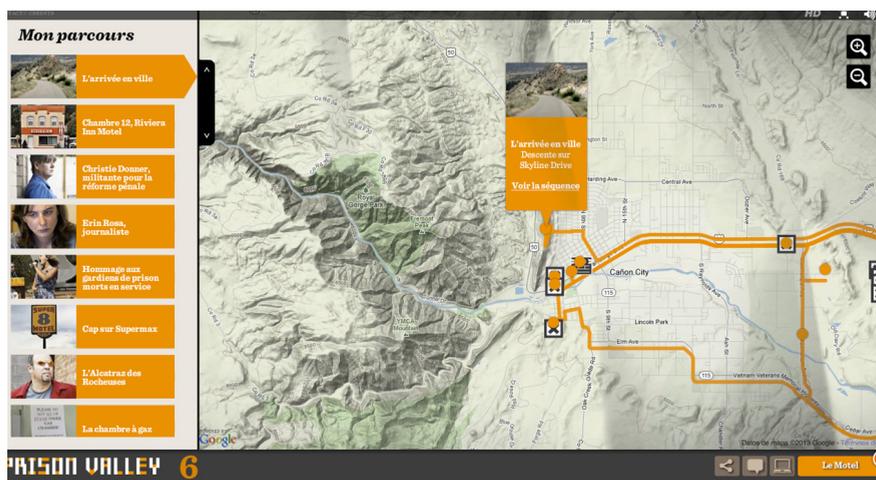


Figura 126

Como é óbvio, a análise de um webdocumentário pode não ter fim, ainda mais se se tratar de um projeto multimodal em que a justaposição de fragmentos é uma estratégia discursiva específica (repescando a fotomontagem e a montagem cinematográfica das vanguardas) que pode dominar qualquer tarefa interpretativa. Finalmente, não podemos deixar de destacar o papel fundamental do interface cinemático como centro organizador da navegação e, por arrasto, do sentido. Uma última particularidade de Prison Valley é a existência de um outro interface cinemático, secundário e limitado ao conteúdo referente ao cinema da cidade (The Skyline Theatre), cuja presença introduz no discurso de Prison Valley um componente metalinguístico. Trata-se da interação que possibilita o acesso a um dos adereços-indício colocados em cima da cama no quarto do motel, onde podemos encontrar fotografias tipo Polaroid com um título através das quais podemos consultar um conteúdo suplementar. Ao entrar no título correspondente a” Canyon City: Hollywood”, abre-se um novo espaço interativo, onde nos vemos no cinema da cidade, a pedir pipocas, a estar na sala a apreciar cartazes de filmes produzidos naquele local há décadas ou a subir à sala de projeção, organizada em forma de fotografia panorâmica como a do quarto de hotel. Neste caso, o discurso metacinematográfico, que nos permite aproximar do cinema a partir do próprio cinema e com as suas ferramentas (atuais), con-

tribui para introduzir uma reflexão e um espaço de distanciamento no qual o utilizador se interroga sobre as representações e o seu papel como parte do eixo autoral das mesmas.

Apesar das múltiplas variáveis exploratórias que possibilita o website, o seu esquema estrutural é bastante curto, dotado de algum minimalismo, parte de uma estratégia discursiva através da qual procura incentivar o internauta a explorar as diversas possibilidades de aprofundamento, complemento ou análise. Neste aspeto, o webdocumentário perfila-se como uma ferramenta por natureza hermenêutica, dialética, aberta, ao invés de fechada, que necessita da interação do utilizador para enunciar o seu discurso, arborescente, em vez de linear, dialógica e não omnisciente, inovadora e dotada de potencialidades, bastando só estar atento ao aparecimento destas pequenas (ou grandes) obras que atualmente a rede nos disponibiliza.

Bibliografia

- ALMEIDA, A., ALVELOS, H., “An Interactive Documentary Manifesto”, en *Interactive Storytelling*, Berlin / Heidelberg: ICIDS, Edinburgh: LNCS, vol. 6432, Springer, 2010, pp. 123-128.
- CATALÀ, J. M., “Reflujos de lo visible. La expansión post-fotográfica del documental”, em *Adcomunica Revista de estrategias de Comunicación*, nº 2, Castellón de la Plana: Asociación para el desarrollo de la comunicación Adcomunica, Universidad Complutense de Madrid, Universitat Jaume I, 2011. pp. 43-62.
- DUFRESNE, D., y BRAULT, Ph., *Prison Valley*, Paris: Democratic Books / Arte Editions, 2010.
- GAUDENZI, S., *Digital interactive documentary: from representing reality to cocreating reality*, [Trabalho de investigação] London: University of London, Center for Cultural Studies, 2009.
- GAUTHIER, G., *Le documentaire: un autre cinema*, Paris: Nathan, 1995.
- GIFREU, A., *El documental multimèdia interactiu. Una proposta de model d’anàlisi*. [Trabalho de investigação], Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, 2010.

- GIFREU, A., “El Nuevo discurso de la no ficción interactiva y su aplicación para dispositivos móviles. El caso del documental multimedia interactivo”, em Revista Geminis, Año 2, nº 1, Junho 2011, <http://www.revistageminis.ufscar.br>. [Recuperado a 10 de Janeiro de 2013], 2011.
- GÓMEZ-TARÍN, J. y ARNAU ROSELLÓ, R., “Aproximació historiogràfica”, em Eines per la producció del video documental, Gil, L. y Marzal, J., Benicarló: Onada Edicions, 2008.
- KERFA, S., “El documental interactivo o la realidad arborescente como forma de investigar el mundo contemporáneo. El caso de la cadena Arte: una televisión comprometida con la red”, em Actas del IV Congreso Internacional sobre Análisis Fílmico, Nuevas tendencias e hibridaciones de los discursos audiovisuales en la cultura digital contemporánea, Bort, I., García, S., y Martín, M., Castellón: Universidad Jaume I, 2011.
- LANDOW, G., Hipertexto 3.0: teoría crítica y nuevos medios en la era de la globalización, Barcelona: Paidós, 2005.
- MARZAL, J. y GÓMEZ-TARÍN, F.J., Metodologías de análisis del film, Madrid: Edipo, 2007.
- MARZAL, J., “L’anàlisi del film documental”, em Eines per la producció del video documental, Gil, L. y Marzal, J., Benicarló: Onada Edicions, 2008.
- RIBAS, J. I., Caracterització dels interactius multimedia de difusió cultural. Aproximació a un tractament específic, els “assaigos Interactius”, [Trabalho de investigação] Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, Facultat de Comunicació, 2000.
- VANOYE, F., y GOLIOT-LETE, A., Précis d’analyse filmique, Paris: Nathan, 1992.

Telemóveis e *tablets*

PERCORRENDO O CAMINHO DA REALIDADE AUMENTADA. DISCURSOS VIRTUAIS SOBRE O TERRITÓRIO²⁴¹

Emilio Sáez Soro / Universidade Jaume I de Castelló

Introdução

A capacidade humana de sublimar o seu mundo, o dos seus interesses, desejos e sonhos tem superado os limites de tudo o que se poderia imaginar. A história da tecnologia da comunicação e a recreação desde as pinturas rupestres, provam-no. No entanto, tem sido a partir dos procedimentos de digitalização da informação que o crescimento da transformação do material no simbólico alcançou níveis insuspeitados no respeitante às potencialidades da recreação. Em poucas décadas, graças à flexibilidade ilimitada das tecnologias de digitalização, têm-se conseguido criar mundos virtuais paralelos e recriar e potencializar o próprio sujeito para uma dimensão de observação distinta e ampliada.

As tecnologias de digitalização reescrevem a vida, aportando inteligência e energia a construções imateriais que se reordenam, aprimorando as suas potencialidades e propósitos. Assim, na sua capacidade replicadora, como um vírus autoprogramável, espalham-se a todos os objetos e atividades, aderindo-lhes um código que as conectará a um demiurgo superior. Com a Realidade Aumentada (R.A.) atingimos um dos epicentros qualita-

241. Este estudo foi financiado pelo Projeto de Investigación do convénio Universitat Jaume I – Bancaja, com o título “Análisis de los flujos de transferencia de conocimiento entre los sistemas educativos superiores y la industria del videojuego”, código 11/301.01/1, para o período 2102-2014, sob a direção do Professor Javier Marzal Felici.

tivos onde já não são mais necessárias as ligações físicas para conectar todo o material a processos de codificação e decodificação que governam o reino virtual.

O valor de um objeto desde sempre foi o que lhe atribuímos simbolicamente. Atualmente, com a R.A., qualquer objeto é capaz de multiplicar o seu valor, na medida em que é codificado como uma unidade significativa a partir das infinitas camadas de significação que a R.A. lhe atribui na procura de elementos ilimitados para a compreensão da realidade quotidiana.

A revolução digital, que se focava nos produtos multimédia, trazia para um mesmo dispositivo todos os suportes de informação produzidos pela humanidade para criar um significado qualitativamente superior. Com a invenção do *hyperlink*, especialmente vinculado a uma rede distribuída globalmente, o multimédia deu lugar ao hipermédia, e facilitou a presença efetiva de um conhecimento global tão caótico quanto efetivo. A última reviravolta, constituiu a integração do “todo” na rede²⁴². Surgiu a “Internet das Coisas” como forma de combinar múltiplos recetores num conjunto sempre crescente de conhecimento. No entanto, a R.A. vai muito para lá disto, pois converte qualquer vislumbre de vida, qualquer objeto, qualquer lugar, qualquer movimento, na parte de um todo que se codifica em rede, se acrescenta imparavelmente a uma compreensão implacável do mundo e da sua dinâmica.

Deste modo, tanto se podem codificar os sorrisos ou os gestos de desgosto dos nossos filhos como as formas mais extravagantes das nuvens e converter tudo isso na história mais improvável que, em muitos casos, será dada como opção para transformar a perceção da vida para lá dos impedimentos físicos do território e da sociedade.

242. GERSHENFELD, Neil, Raffi KRİKORIAN, and Danny COHEN, “The Internet of things”, em *Scientific American*, 291.4, 2004.

1. Definição

Em 1992, Tom Caudell cria o conceito de Realidade Aumentada na empresa Boeing Company para facilitar a manutenção elétrica²⁴³. A novidade desta abordagem consistia na combinação de elementos digitais sobrepostos na mesma realidade física, o que implicava que o sujeito não precisasse de dispersar a sua atenção por vários ambientes.

A ideia que predominava era a do enriquecimento informativo dos elementos materiais que estariam à disposição do indivíduo.

Atualmente, assistimos a um momento no qual parece evidente tudo o se pretende e pode fazer com a R.A.; contudo, as aplicações que podiam ser exploradas não são efetivamente muito eficientes, nem confortáveis na utilização. O Google mostra-nos o que poderá ser o seu próximo desenvolvimento a partir da integração de toda a informação possível nesses ambientes sem nada mais do que a atração do nosso olhar. Em contrapartida, não deixam de se materializarem novos usos quotidianos, nos quais a convergência tecnológica e funcional se assume como meio de popularização em massa destes usos.

O domínio tecnológico onde se alcança um desenvolvimento mais assinalável neste tipo de ferramentas é, claramente, o dos videojogos²⁴⁴. Pela sua lógica de integração virtual, os videojogos têm facilitado a incorporação da R.A.. Aplicações tão simples como uma câmara, que possibilita inscrever o jogador no próprio jogo, desenvolvida pela Sony na sua Eye Toy, foi um dos primeiros exemplos. Mais tarde, foram surgindo muitos outros títulos nos quais o modo de combinação de imagens sintéticas no meio ambiente tem sido amplamente utilizado, como sucedeu no jogo *Invizimals*, no qual surgem algumas cartas que, na própria consola, se transformam em pequenos monstros que lutam entre si.

243. MANRESA Yee, C.; ABÁSULO, M. J.; MÁ SANSÓ, R; VÉNERE, M., *Realidad virtual y realidad aumentada. Interfaces avanzadas*, La Plata: Editorial de la Universidad de La Plata, 2011, p. 16.

244. KIRKLEY, Sonny E, and Jamie R, KIRKLEY, “Creating next generation blended learning environments using mixed reality, video games and simulations”, em *TechTrends* 49.3, 2004.



Figura 127 - Imagem do jogo Invizimals. (<http://www.invizimals.com>)

O maior potencial que tem trazido a tecnologia à R.A. consiste na geolocalização e na articulação em rede, possibilitando reconhecer objetos pela sua posição e seguir os que são móveis. Além disso, a conexão em rede dos dispositivos de R.A. possibilita o acesso a uma base de dados ilimitada que pode disponibilizar uma infinidade de níveis de informação de interesse distinto na mesma cena ou objeto.

A integração operacional de toda essa tecnologia implica um grande esforço de adaptação entre a capacidade do processo, a transmissão e a sua usabilidade em dimensões de crescimento exponencial.

Delimitemos neste trabalho uma abordagem à R.A. a partir do campo da comunicação. Assim, poderemos denominar de ‘realidade aumentada’ aquelas imagens geradas num dispositivo que, sobrepostas às realidades físicas, as complementam, acrescentando-lhes informações. Estas são geradas sempre

que esse dispositivo reconheça o objeto, seja por uma codificação específica, pela sua situação geográfica, pelo reconhecimento da identidade da imagem ou ainda por uma combinação de todos os anteriores parâmetros.

2. Implicações mediáticas

A convergência dos meios de comunicação na Internet tem sido como um jugo do qual não têm conseguido escapar nem os mais tradicionais, nem os mais avançados tecnologicamente. Contudo, a rede não criou até agora um meio específico: os relatos escritos permanecem os mesmos, independentemente de estarem em papel ou no ecrã; nos filmes não foram adaptadas as suas idiossincrasias narrativas aos monitores e as tentativas para o fazer ainda não são conclusivas. No entanto, a R.A. pressupõe um formato onde se podem desenvolver produtos mediáticos com uma linguagem própria e distinta de tudo o que já existia²⁴⁵. Não obstante tal facto, encontramos-nos num período de experimentação, cujos resultados ainda não atingiram o padrão específico de um género. Uma vez mais, são os videojogos os formatos que dão os primeiros passos a partir de produtos que possibilitam mudar, em maior ou menor grau, a posição do sujeito para o introduzir na trama narrativa, considerado como um elemento suplementar. Podemos compreender a facilidade com que foi dado este passo no mundo dos videojogos, pois os utilizadores, na sua interação com os jogos, transformam-se numa peça essencial para a compreensão do funcionamento destes produtos.

Mas as capacidades da R.A. estão para lá e ultrapassam os esquemas interativos lúdicos do videojogo, pois o seu propósito e formato podem ser muito mais amplos²⁴⁶. A função do autor de um ambiente de R.A. é a de fornecer elementos para que os utilizadores interajam com uma realidade virtual totalmente pré-concebida, mas possibilitando a liberdade para protagonizarem uma interação pela qual podem criar e co-criar. Neste contexto,

245. MACINTYRE, Blair et al., "Augmented reality as a new media experience", em *Augmented Reality, 2001. Proceedings. IEEE and ACM International Symposium on 2001* (Atas não publicadas).

246. NILSEN, Trond, Steven LINTON, and Julian LOOSER, "Motivations for augmented reality gaming" em *Proceedings of FUSE 4, 2004*.

o posicionamento das organizações de media pode situar-se num nível de maior ou menor controlo. Contudo, serão as aplicações mais abertas à contribuição dos utilizadores da rede que oferecerão maior valor e satisfação aos seus utilizadores. Neste domínio, a criação de ‘camadas’ digitais que proporcionem um enriquecimento informativo ao mundo será tanto mais valiosa quanto resultarem das contribuições dos próprios utilizadores. A R. A., na medida em que se inscreve nas tecnologias de rede, absorve a sua própria energia distribuída como um dos seus maiores e mais explícitos valores²⁴⁷.

3. A inscrição no ecossistema mediático

A introdução da R.A. no ecossistema dos media é objeto de enormes expectativas. É graças a ela que assistimos a uma fase explosiva de experimentação durante a qual não deixam de surgir todo o tipo de aplicações dotadas de um largo leque de funcionalidades e de possibilidades. A existência de um grande número de telemóveis existentes com capacidades tecnológicas apropriadas para o uso da R.A. está facilitando esta avalanche. Numa grande quantidade de casos, são utilitários que surgem como complemento de outros produtos mediáticos aos quais acrescentam um valor informativo interessante. Eis, assim, o uso destes aplicativos relativos a programas que possibilitam visionar imagens atrativas de filmes, elementos acrescentados a revistas ou algum complemento visual de algum anúncio numa paragem de autocarro. Nestes casos, testemunhamos a criação de aplicações de outros meios, concebidas exclusivamente como complementos de outras que podem ser consideradas principais.

247. AZUMA, Ronald et al., “Recent advances in augmented reality”, em *Computer Graphics and Applications, IEEE* 21.6, 2001, p. 43.



Figura 128 - Neste tipo de aplicações publicitárias, uma funcionalidade de R.A. está ao serviço de outro tipo de formatos menos capazes.

Nestes casos, essa função complementar da R.A. subvaloriza o seu valor e a sua potencialidade enquanto género emergente. É, contudo, em aplicações onde se proporciona uma visão e se procura suscitar o interesse decorrente de uma imbricação simultaneamente física e virtual, que poderemos descortinar o efetivo alcance e desenvolvimento deste formato. Pois é da união destas duas realidades, a física e a virtual, que se fundamenta o valor desta modalidade de encenação.

Escrever histórias para R.A. impõe a necessidade de conjugar relato com cenário, objetos com interatividade. Sobretudo se se ponderar o modo como o sujeito nelas vai incidir e como as pode ativar, comprimí-las ou enriquecê-las. Existem alguns aplicativos que desenvolvem estas qualidades, mas é nelas que reside a substância da R.A.

Obviamente, um dos factores de grande interesse na criação de produtos de R.A. é o seu grande potencial económico²⁴⁸. A possibilidade de converter todo o cenário físico e os objetos em produtos mediáticos suscetíveis de

248. FRIEDRICH, Wolfgang, D. JAHN, and L. SCHMIDT, "ARVIKA-augmented reality for development, production and service", em *Proceedings of the IEEE/ACM International Symposium on Mixed and Augmented Reality ismar 2002*, 30 Sep. 2002, p. 14.

serem comercializados ou explorados para a promoção publicitária desencadeou a ânsia da experimentação²⁴⁹. A questão de fundo é que o alto nível de personalização e de segmentação de público, que a Internet já supõe, ainda é mais reforçado pela vinculação ao tempo real. A capacidade de ativação de elementos publicitários no trajeto do viajante que, por seu lado, é geolocalizado pelas ferramentas da R.A., conduz a que as aplicações não só ativem um ambiente físico-virtual para os seus utilizadores, mas, também, que elas mesmas se constituam em objetos de interesse desse cenário digital, já que estão perfeitamente adequadas ao seu perfil e interesses. Assim, os utilizadores da R.A. pressupõem uma espécie de cidadão aumentado em relação à informação que pode ser objeto de processos de comercialização.

Nestes momentos, é a versatilidade de qualquer objeto, enquanto objetivo de vários processos de extração ou de geração de informação, que conduz a que as aplicações de R.A. contemporâneas sejam algo realmente potente. Por exemplo, um banco num parque pode ser codificado para ser reconhecido pelo fabricante que o produziu, como um ponto de encontro, um lugar onde alguém famoso esteve sentado nalgum momento, o sítio privilegiado para apreciar um belo pôr de sol em certo dia ou hora. A polissemia do território e todos os objetos que o compõem vê-se ampliada graças às funcionalidades potenciais que nele gravitam. Esta versatilidade não só possibilita o múltiplo uso de um mesmo cenário, mas simultaneamente suscitará mais interesse, pois mais nela se concentrará a atenção dos criadores de aplicações por ser um local digno de relevância. Por isso, podemos especular que um cenário aumentado tenderá a tornar-se mais denso na acumulação de camadas virtuais de informação que é decorrente do interesse que suscita. O território e seus objetos atingem uma dimensão que os transcende ao projetarem-se numa intra-história, assim como numa extra-história que os reporta para usos não inicialmente previstos.

249. AZUMA, Ronald et al., *op. cit.*, p. 42.

Uma característica que a R.A. proporciona é que praticamente ao sublimar virtualmente o físico, vai atribuir à matéria qualidades que anteriormente se lhe poderiam supor, mas que agora se manifestam, potenciando o seu interesse e valor. Assim, o material e o virtual fundem-se, reforçando-se mutuamente, criando uma atração que anteriormente não possuíam.

Contudo, não obstante o grande potencial e interesse nesta área de desenvolvimento encontramos-nos num momento em que ainda não existe uma grande utilização. O que mais próximo está dessa utilização maciça encontra-se vinculado ao programa de telemóveis *Layar*, onde são disponibilizados diversos níveis de informação de todo o tipo, quer para utilizadores, quer para empresas. O problema reside na exagerada multiplicação e escasso desenvolvimento da maioria destes níveis, embora alguns apresentem maior vitalidade na sua implantação no território. De qualquer modo, contribuem para o incremento de *ítems* etiquetados, localizados e descritos. Atualmente não existe qualquer sinal para que direção a investigação vai prosseguir no desenvolvimento deste formato porque até este momento o reino é o da dispersão, tanto a nível formal como de conteúdos.

4. O território como cenário e objeto de ação

Como já se mencionou, um dos aspetos mais salientes no uso da R.A. reside na transformação do território quer num cenário de extensão praticamente ilimitada, quer numa entidade protagonista. É evidente que nem todas as aplicações exploram um cenário totalmente global; na verdade, a maioria deles implica um uso localizado e inclusivamente centrado num único objeto. No entanto, essa escolha, no momento de estabelecer uma restrição espacial, não é imposta pelos limites técnicos, mas por uma certa função que vai executar. A dimensão do cenário da ação, como uma dimensão do território na qual se aplica, dependerá principalmente da capacidade do produtor para fazer convergir um interesse que é multicultural num único focalizado. A transversalidade temática vinculada a processos de globaliza-

ção cultural vai favorecer o desenvolvimento de algumas funcionalidades da R.A. para lá das fronteiras políticas do país dos produtores, tendo em conta que, ao contrário de outros produtos media, neste, a projeção e o uso são feitos sobre territórios bem diferenciados.

Algumas iniciativas, como a criação de mapas e de rotas que emulam os originais, aportaram uma dimensão virtual do território aos nossos dispositivos. Esses mapas costumam ser uma base para o estabelecimento de um itinerário de descoberta de informação que se vai acumulando e distribuindo por diversos pontos. Já que numa certa zona se produz uma maior concentração de elementos de interesse, então aí pode ocorrer um maior afluxo de visitantes. O paradoxo é que uma maior concentração de planos virtuais relativos a certo território vai pressupor uma maior concentração de visitantes seguindo os mesmos itinerários catalogados como de interesse. Ao contrário de outros formatos simbólicos e/ou virtuais, a R.A. pressupõe uma certa presença física para poder fazer sentido. O suporte virtualiza a sua relevância para que os atores se possam manifestar com maior intensidade. Para além disso, é de supor que a presença ou não num território de elementos da R.A. pode, com o tempo, conduzir a uma certa marginalização da sua presença enquanto itinerário. Contudo, na lógica de rede, não existe uma exclusão da possibilidade de geração de virtualização para qualquer lugar do mundo, pelo que a chave estará na capacidade de suscitar a atenção sobre certos serviços, aplicações, etc..

Assim sendo, o território torna-se mutante no seu significado de cenário suscetível de ser objeto dos mais variados tipos de representações, itinerários e explorações. Evidentemente, certos locais, que já estão muito valorizados na nossa imaginação cultural, apresentam à partida uma vantagem na consolidação dos significados através da R.A.. Porém, é o significado decorrente das próprias aplicações, e o sucesso que estas apresentarem, que vai atribuir aos territórios e aos objetos um maior ou maior ou menor grau de relevância. O local enquanto tal fica transformado num sujeito passivo

sendo a R.A. que lhe vai atribuir um valor acrescentado, uma interatividade e um potencial de atração capaz de levar os sujeitos a pretender visitá-lo. No futuro, podemos assistir a uma concorrência entre territórios para captar as melhores e as mais atraentes aplicações para que com elas chegue a vida que lhes é fornecida pela visita dos utilizadores.

Obviamente, os sítios mais permeáveis para o uso da R.A. serão os que apresentem uma infraestrutura de rede sem fios suficientemente poderosa para permitir o funcionamento de aplicações móveis. Do modo semelhante, a mesma densidade de vida atrairá a possibilidade de gerar mais progresso nestes sítios, mas não de uma forma homogénea. De certa forma, é difícil separar o uso destas aplicações do tempo de lazer. Assim, nem todos os locais são igualmente atraentes com base em critérios de densidade populacional ou de atividades económicas.

Uma das potencialidades disponibilizadas pela R.A. é a sua capacidade para se adequar ao ritmo de vida quotidiana. Encontra-se no facto de muitos utilizadores se combinarem com atividades rotineiras, como a ida para o trabalho, as compras, o comer fora, a diversão, o viajar, possibilitando que o seu manuseio não seja concretizado de modo intensivo e concentrado no tempo. O modo de utilização é parametrizado para ser uma alternativa simultânea à realização de outras ações. Embora alguns aplicativos possam exigir mais atenção, geralmente não existe qualquer problema no seu uso de forma intermitente.

Além disso, muitas das ferramentas para as quais se concebem aplicativos de R.A. estão destinadas a complementar as atividades da vida diária como, por exemplo, a pesquisa de um apartamento para alugar, de um bar, de uma atividade cultural, ou dos locais de onde se emitem os tweets que se estão seguindo. Desde as atividades habituais às que são emergentes, mas já integradas na vida quotidiana, todas se fundamentam no território e podem ser enriquecidas.

O objeto é claro: levar a que a R.A. seja uma lente na nossa visão do cotidiano. Isto seria particularmente plausível, sobretudo tendo em conta que a tecnologia que parece apresentar maiores potencialidades de consolidação é a dos óculos como dispositivo de utilização fácil e permanente. Fusão na vida quotidiana e mudança da percepção da realidade física que, embora soe como uma ameaça, não é, nem mais nem menos, que a conjuntura que pode conduzir a que este media se consolide nos usos e nos costumes de relacionamento com o nosso meio ambiente.

A este respeito, as narrativas que estabelecem os percursos, as interações, as buscas de informação, etc., são realizadas com diversos *interfaces* de virtualização e de enriquecimento informativo do meio, nos quais se definem os limites das sequências que se extraem das mesmas características do contexto quotidiano. Podem ser configurados espacial, temporal ou socialmente. Em certos ambientes encontra-se excluído o uso da R.A. por proibição, inadequação ou simplesmente irrelevância.

O fulcro de interesse decorre do olhar do sujeito sempre mediado por dispositivos que o guiarão num grau variável de liberdade na escolha de opções. Esse olhar conduzirá ou será conduzido; contudo, a existência de uma simbologia acrescentada que forneça instruções ou opções de ação constituirá o quadro de tal ação

5. Sequências intercaladas na vida quotidiana

Jogos como *Ingress* [em <http://www.ingress.com/>] interpõem-se nos trajetos quotidianos das pessoas ao fazer com que a ação se situe no caminho para outros destinos. O cenário do jogo é, potencialmente, o mundo inteiro pois em qualquer ponto podem surgir elementos relevantes. Essa mesma globalidade supõe, no entanto, a necessidade de que o encadeamento da ação seja intercalado na vida diária para que o jogo mantenha o seu interesse. Um interesse que reside precisamente nessa possibilidade de poder coexistir com outras atividades e as viagens necessárias para chegar aos ‘pontos quentes

da ação’ serem otimizadas para se vincularem às próprias atividades dos jogadores. Este entrelaçamento de atividades, de tramas, e de cenários virtuais com a vida do dia-a-dia é o que sustem a continuidade da R.A. como elemento desejável e que contribui para a amenização desta.

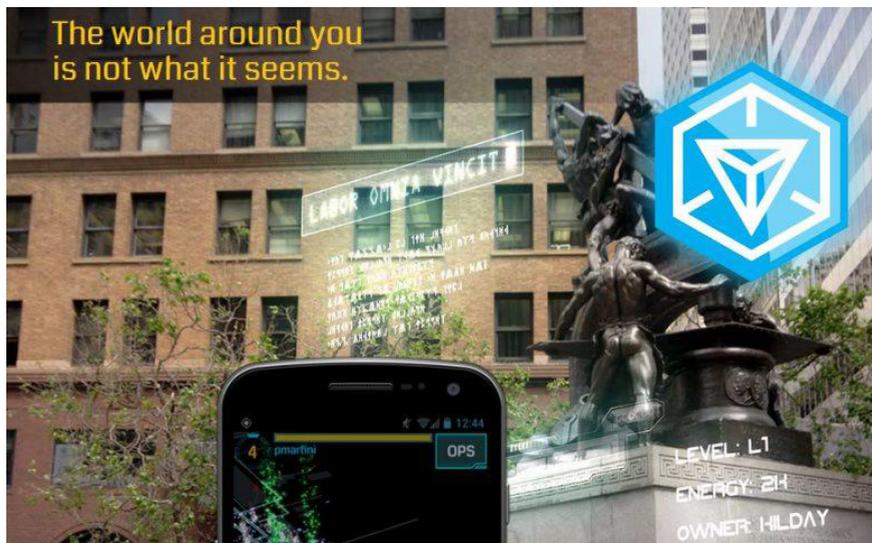


Figura 129 - O videogame Ingress de R.A. mostra, nos lugares dos nossos trajetos habituais, os elementos para protagonizar uma guerra mundial com as pessoas que nos rodeiam ou que estão do outro lado do mundo.

6. A função como fundamento da R.A.

No entanto, já existem muitas aplicações de R.A. que vão para além do lúdico marcado pelos videogames. Muitos destes utilitários, com usos muito distintos (exceto os concentrados num único objeto como um livro, um código promocional, etc.), vão se desenvolvendo em domínios de distinta amplitude. Encontramos serviços ou programas deste género cujo perímetro de ação está limitado a pequenas zonas, como uma praça ou uma rua ou, pelo contrário, a áreas mais amplas, como uma cidade ou uma região ou, definitivamente, a domínios muito vastos, como países, continentes ou

a totalidade do mundo. É nesta dispersão de alcance de funcionalidades que se traçam as linhas, as tramas para conduzir o movimento dos sujeitos entre vários *itens* a adquirir, a procurar, a aprender ou a apreender. É a partir da sequência percorrida pelos utilizadores que se estabelece a trama cujo derradeiro propósito é o da realização da ou das funções relativamente às quais cada ambiente foi concebido.

Essas sequências são co-criadas entre o designer e o utilizador. É a sua escolha e interação o que possibilita estabelecer o relato final de uma ação que persegue, ponto por ponto, todos os elementos de interesse estabelecidos entre o que habitualmente costuma constituir uma grande variedade de combinações. É a concretização bem-sucedida dos objetivos pretendidos, sejam estes de pesquisa de bons bares, dos melhores monumentos do romantismo, ou a descoberta de pessoas com interesses semelhantes, o que se constitui como motor da trama. É a ação que conduz os sujeitos a protagonizarem um percurso pelo espaço, interagindo com símbolos virtuais que revelam os parâmetros que procuram.

Esta busca da função, como fio condutor na R.A., pode favorecer a conversão numa história permanente, à semelhança dos jogos de desempenho de papel. Nestes, o utilizador estabelece um padrão de atividade que depende da realização dos objetivos. No caso dos jogos de vídeo, como o *Ingress*, onde se desenrola uma permanente batalha de duração indefinida, é fundamental compreender como a manutenção de posições e o próprio prestígio do jogador irão captar a atenção dos utilizadores. Outras aplicações proporcionam um incremento de reputação a partir da adição de informação ao sistema e da utilização de dados de outros utilizadores para cumprir os seus objetivos.



Figura 130 - A aplicação Foursquare possui um sistema original de reconhecimento (badges) para os que atingem todo o tipo de objetivos na exploração do território.

São as funções da R.A. que definem o quadro da ação, o interesse dos seus utilizadores. O território vai-se comprimindo no decurso de uma linha que demarca os elementos de relevância à medida que sejam satisfeitos. Aquilo que define o enquadramento de observação, seja no ecrã de um *smartphone*, de um *tablet* ou de uns óculos, concentra artificialmente a visão em certos pontos do itinerário, deixando numa névoa baixa os restantes que não contribuem para a realização da busca. A interposição física e simbólica constitui um derradeiro seletor que violenta o território ao estabelecer os limites e os padrões de atenção, jamais descurando a concretização do objetivo. Os observadores e os atores são conduzidos por essa realidade sobreposta. Com o seu percurso, eles ativarão o registo de um sistema que, a partir de um lugar indefinido, tomará nota de todos os passos numa aprendizagem permanente da vida que segue os caminhos marcados.

Relativamente aos diversos tipos de funções que suscitam a ação, podemos identificar aplicações com uma vocação informativa, constituindo esta a motivação mais heterogénea na produção deste tipo de aplicações. Dependendo do motivo a que se destine o seu desenvolvimento, esta função incide na clarificação das características de um objeto ou de uma multiplicidade de elementos distribuídos numa área sem limites específicos.

A função de aprendizagem está intimamente ligada à anterior, mas dotada de um design especificamente didático. Também podemos encontrar uma larga gama de aplicações, desde as com elementos altamente especializados às com outros localizados em domínios de extensão indeterminada. É tanto nesta função como na anterior que encontramos mais exemplos de aplicação de uma R.A. subsidiária de outros suportes de comunicação, como os livros, cartazes, rótulos, etc. Nestes casos, podemos considerá-la uma modalidade ainda não desenvolvida já que é utilizada mais para compensar as limitações de formatos obsoletos do que para estar ao serviço de uma aplicação com todo o seu potencial.

Embora um número significativo de aplicações tenham sido desenvolvidas para a publicidade, não podemos falar com propriedade de uma função publicitária. O facto destas utilidades estarem ligadas a uma elevada interatividade e à necessidade de despertar grande interesse, torna necessário que a função publicitária aporte valores acrescentados à sua utilização. É por isso que, nas produções de R.A. com uma intenção comercial, encontraremos outro tipo de funções que enriquecerão a experiência com elementos lúdicos, informativos ou de aprendizagem.



Figura 131 - A campanha publicitária em realidade aumentada de AXE na estação de caminhos-de-ferro Victoria, Londres encontrava-se claramente vocacionada para a diversão (<http://youtu.be/RnN6sOxfMvs>)

Todas as funções mencionadas encontram-se combinadas em diversas ocasiões com a função social, que normalmente é transversal, pois potencia as outras de um modo decisivo. A função social em aplicações de R.A. não só acrescenta um componente de desenvolvimento de redes de utilizadores e de grupos interessados num determinado assunto, como também acrescenta um parâmetro de acompanhamento no território, intensificando a sua utilidade ao proporcionar especializações ligadas ao mesmo.

À semelhança da função social, mas em menor grau, a função lúdica²⁵⁰ proporciona um maior interesse no uso das anteriores. Por isso, se costuma reforçar a conceção da R.A. vinculando-a a esses dois componentes na medida do possível.

Conclusão. Realidades e possibilidades da realidade aumentada

Tal como anteriormente se referiu, é evidente que nos encontramos numa fase explosiva de experimentação da R.A. Esta situação conduz a resultados muito distintos em relação à capacidade de exploração do seu potencial e à concretização dos objetivos que estão subjacentes aos projetos. Além disso, regista-se uma dispersão formal relativamente ao que se concebe como podendo estar subjacente a esta denominação. Isto dificulta a execução de projetos perante a ausência de claras referências e modelos para uma concretização eficaz, de um modo interativo e rico informativamente. Provavelmente, é a tecnologia que está, neste caso, como em muitos outros anteriormente, a determinar o padrão embora este seja mínimo. Por isso, ainda estão por surgir os grandes produtos de R.A. nos quais se determinem as rotas por onde circularão as aventuras, histórias, desafios, jogos, descobertas e buscas que explorem as características deste meio para criar algo dotado de uma idiosincrasia própria.

A narrativa ligada à interatividade de jogos de vídeo é um primeiro e importante passo para a compreensão da evolução que pode ser alcançada com a R.A. Os elementos que devemos acrescentar e que enriquecem a trama são os que funcionam num território interativo. Os apoios virtuais estabelecem corredores que proporcionam uma relação mais profunda com o espaço físico. É nesta introspeção material através do simbólico que encontramos o poder da realidade aumentada e onde é necessário aprofundar mais para se conseguir criar obras em que essa intensidade percetual seja acompanhada

250. PORTALES Ricart, C. (tese) *Entornos multimédia de realidad aumentada en el campo del arte* 2011 (Extraído a 28 de Janeiro de 2013) <http://www.tesisenred.net/handle/10803/634/browse?value=Portales+Ricart%2C+Cristina&type=author>

por pesquisas igualmente relevantes. No paradoxo de que o virtual possa alcançar mais do que o material surge o fascinante desafio de descobrir até onde podemos saber mais do que já sabíamos.

O território revela-se como um açambarcador de tesouros que tem de ser descoberto, sem máscara. Esta nova exploração de paisagens conhecidas, como forma de aprendizagem, entretenimento, venda, aventura, é o principal fundamento para o desenvolvimento destes produtos de hibridação com a vida. A R.A. necessita de uma narrativa da busca cujo movimento seja o espírito e a descoberta o motor.

Assim sendo, o criador destes produtos tem de compreender que é um co-criador, pois as histórias serão ativadas de forma interativa e enriquecidas, por sua vez, pelos utilizadores. Assim se desenvolvem narrativas especificamente na origem que se unem às geradas pelos utilizadores com uma progressão pessoal no seu uso interativo, prosseguindo rotas já conhecidas ou originais, introduzindo a sua própria experiência na aplicação e/ou dando vida e conteúdo às redes, que, em muitas ocasiões, serão o seu suporte. O explícito é o gatilho de um número de histórias na aleatoriedade de cada pessoa implicada que tende para o infinito. Todo o espectador de R.A. também é um autor e é entre todos que este meio atingirá o seu objetivo e o seu sentido.



Figura 132 - As pessoas convertem-se em atores. Nesta fotografia podemos ver como um dos criadores de Google passeia por Nova Iorque com uns óculos de realidade aumentada, de tal modo que converte essa grande cidade num cenário no qual vai estabelecendo um padrão de busca dos seus interesses nesse tempo concreto.

Bibliografia

- AZUMA, Ronald et al., “Recent advances in augmented reality”, em *Computer Graphics and Applications, IEEE* 21.6, 2001, pp. 34-47.
- CADAVIECO, J.F., PASCUAL, M.A., Filomena, A., “Realidad aumentada, una evolución de las aplicaciones de los dispositivos móviles” em *Pixel-Bit: Revista de medios y educación*, ISSN 1133-8482, N°. 41, 2012, pp. 197-210.
- FRIEDRICH, Wolfgang, D. JAHN, and L. SCHMIDT, “ARVIKA-augmented reality for development, production and service” em *Proceedings of the IEEE/ACM International Symposium on Mixed and Augmented Reality ismar 2002* 30 Sep, 2002, pp. 3-4.
- GERSHENFELD, Neil, Raffi KRIKORIAN, and Danny COHEN, “The Internet of things.” *Scientific American*, 291.4, 2004, pp. 76-81.
- KIRKLEY, Sonny E, and Jamie R KIRKLEY, “Creating next generation blended learning environments using mixed reality, video games and simulations”, em *TechTrends* 49.3, 2004, pp. 42-53.
- Macintyre, Blair et al., “Augmented reality as a new media experience”, em *Augmented Reality, 2001. Proceedings. IEEE and ACM International Symposium on 2001*, 197-206.
- MANRESA Yee, C.; ABÁSULO, M. J.; MÁS SANSÓ, R; VÉNERE, M. *Realidad virtual y realidad aumentada. Interfaces avanzadas*, La Plata: Editorial de la Universidad de La Plata, 2011.
- NILSEN, Trond, Steven LINTON, and Julian LOOSER, “Motivations for augmented reality gaming”, en *Proceedings of FUSE 4*, 2004, pp. 86-93.
- PORTALES Ricart, C. (tese) *Entornos multimedia de realidad aumentada en el campo del arte*, 2011 (Extraído a 28 de janeiro de 2013) em <http://www.tesisenred.net/handle/10803/634/browse?value=Portales+Ricart%2C+Cristina&type=author>.

REALIDADE AUMENTADA E DISCURSO NARRATIVO²⁵¹

Francisco Javier Gómez-Tarin e Emilio Sáez Soro

/ Universidade Jaume I de Castellón

No capítulo anterior vimos como o conceito de realidade aumentada supõe, nas suas diferentes perspectivas, uma modificação dos parâmetros cognitivos do utilizador neste tipo de implementações, quer desde o ponto de vista lúdico quer pragmático, com resultados comprováveis no nosso ambiente social. No entanto, guia-nos a vontade de empreender um comentário aplicado, mais específico, que aborde os recursos da narrativa audiovisual, eixo em torno do qual, necessariamente, se deverá construir o discurso base de qualquer produto que trabalhe a temporalidade e a espacialidade, combinando, em maior ou menor medida, os mecanismos de amostragem (*showing*) e de narração (*telling*).

A primeira questão para a qual nos parece importante chamar a atenção é o tipo de aplicação que a realidade aumentada pode apresentar no seio de uma sociedade tão mutável como a atual. Uma aproximação rápida sugere-nos que são possíveis cinco utilizações diferentes:

1. Aplicações *científicas*, e entendemos como tal, tanto as que possam ser utilizadas para divulgação como para ensino e, inclusivamente, as que possam combinar o ensino e a aprendizagem;

251. Este estudo foi financiado pelo Projeto de Investigación do convénio Universitat Jaume I – Bancaja, com o título “Análisis de los flujos de transferencia de conocimiento entre los sistemas educativos superiores y la industria del videojuego”, código 11/301.01/1, para o período 2102-2014, sob a direção do Professor Javier Marzal Felici

2. Aplicações *lúdicas*, vinculadas ao desenvolvimento de videogames e à sua fruição por parte de utilizadores de qualquer idade, o que não exclui uma combinação entre o lúdico e o científico, sobretudo no terreno do ensino (uma vez mais) ou da informação;
3. Aplicações *comerciais*, orientadas para a promoção e a venda de produtos, *marketing* e publicidade em geral, que também podem vincular-se a parâmetros de ordem lúdica e/ou científica;
4. Aplicações *geoespaciais*, na linha de apoio à navegação e ao posicionamento num determinado espaço (via GPS ou através de outro tipo de sistemas de orientação);
5. Aplicações *sociais*, nas quais são geridas a informação e a comunicação de interesse de/para um coletivo que se geoposiciona e se mostra segundo a função procurada; neste caso, o nível de interatividade é muito superior ao verificado nos tipos de utilizações anteriores, uma vez que existe uma vontade geral na sua utilização.

Como se pode deduzir a partir desta sucinta divisão, não existem separações fundamentais, mas cruzamentos que tendem para a utilização simultânea de várias ou de todas as possibilidades anteriormente referidas. A gradação é, pois, um elemento essencial que deve ser tido em conta. Tanto reporta ao uso como à criação.

Sejam quais forem os tipos de aplicações que integrem a realidade aumentada, conjecturamos que existam duas opções a ter em conta. As relativas a:

- Aplicações *estáticas*: aquelas em que o elemento humano ou antropomorfizado se vincula ao relato através da sua permanência num ponto concreto do espaço e permanece nele exercendo a sua fruição por intermédio de um suporte de intermediação externo;

- Aplicações *dinâmicas*: aquelas em que um suporte, manuseado por um elemento humano, se move no espaço, de forma mais ou menos virtual (o nível mais virtual seria o caso dos videojogos e o mais pragmático o da navegação com recurso à utilização de maquinaria específica ou de óculos apropriados para a receção de dados que se sobrepõem ao espaço real).

Um terceiro elemento a ter em conta - e que é de suma importância - é o que estabelece a ligação entre o mundo virtual e o mundo real. Pode ser um objeto, um ser humano, um vínculo de qualquer tipo, mas, em todos os casos, tem de se dar um *mecanismo de alienação entre a realidade e a virtualidade*. Se tivermos em conta o exemplo do aeroporto de Berlim já anteriormente indicado no capítulo relativo à realidade aumentada, o vínculo estabelece-se quando um ser humano se coloca num local exato pré-fixado para que o alinhamento tenha lugar; nesse momento, no ecrã que mostra o procedimento de realidade aumentada, esta pessoa poderá ver-se a si própria como se estivesse a ser filmada no seu espaço real, posicional, mas verá, simultaneamente, um conjunto de elementos virtuais que evoluirão tendo-a como protagonista (trata-se de publicidade, mas poderia utilizar-se para qualquer outro tipo de propósito). No caso dos videojogos, a captura fotográfica de objetos e/ou rostos, possibilita a imersão espacial de tais elementos e a sua viagem de ida e volta entre a realidade e a virtualidade, incluindo esta, por vezes, a própria imagem do protagonista-jogador.

E isto leva-nos a outro facto conceptual: o personagem (quer seja um jogador quer seja um mero utilizador) pode ver-se a si próprio no seio da representação. Ainda que muitos tenham visto nesta possibilidade um salto qualitativo no que respeita à consideração da interatividade, permita-se-nos que sejamos céticos. Passamos a explicar-nos: o facto de um objeto ou de uma pessoa procedentes da realidade quotidiana se poderem ver imersos no interior do mundo virtual não implica a sua identificação física como tal, mas antes, nem mais nem menos, como avatares, como um personagem num videojogo. As características icónicas que conferem semelhanças físicas não

deixam de ser isso mesmo: relações icônicas, ainda que se construam com recurso à tridimensionalidade. O que vemos no elemento representacional é um avatar e será sempre uma virtualidade.

Portanto, do ponto de vista enunciativo, a capacidade do utilizador se constituir enunciator, mantém-se semelhante à existente nos procedimentos em 2D e 3D que não incluem uma camada de realidade aumentada: a enunciação é habitualmente externa, salvo no caso das aplicações sociais, nas quais, com nuances, podemos atribuir um certo grau de vontade enunciativa à própria atividade do utilizador, sempre e quando tivermos em conta que esta se desenvolve em dois tipos de funções complementares (enunciação empírica e enunciação delegada). É este o caso das aplicações sociais do tipo *layar*²⁵², nas quais se produz uma alteração, na medida em que os utilizadores criam a informação que estabelece os itinerários e são outros quem pode segui-los, complementá-los com outras rotas, ou ainda, promovê-los de forma paralela. A isto acrescenta-se a capacidade de assumir conectividade com outras aplicações que se lançariam automaticamente (caso, por exemplo, do *google maps*).

Contudo, tendo em conta a excecionalidade das aplicações sociais, de um modo geral é permitido ao utilizador evoluir no ambiente e decidir o caminho a seguir, mas a história ou a informação, segundo os casos, chega previamente fixada por um procedimento enunciativo que não se pode vincular ao utilizador, exceto através da sua integração no mesmo como avatar (ou seja, como representação ou, para os defensores mais ferrenhos “do novo”, como autorrepresentação).

O comentário anterior não implica que não existam questões de grande interesse no procedimento que analisámos (tomemos como exemplos tanto o uso publicitário do aeroporto de Berlim, referido anteriormente, como o videojogo *Spirit Camera: A memória maldita* (*Spirit Camera: The Cursed Memoir*, Tecmo Koei Games Co., para Nintendo, 2012). Passamos a analisar tal videojogo cujas imagens apresentadas dele foram retiradas:

252. Confira-se: <http://www.layar.com/>



Figura 133

É fornecido ao jogador um caderno que, ao ser equilibrado com a consola, produz variações no ecrã, possibilitando observar o ambiente e a partir do qual se concretiza o alinhamento (que se faz por sobreposição de cores num círculo predefinido).



Figura 134

Quando os alinhamentos estiverem corretos, por meio de um mecanismo de sobreposição de camadas, tanto as do caderno como as do ambiente que rodeia o jogador, é possível visualizar os movimentos de personagens e/ou avatares de diversos tipos que se integram numa história predefinida, na qual se produz uma substituição do espaço ficcional pelo real capturado pela câmara da consola. Não obstante, devemos negar a condição deste espaço

real enquanto tal, uma vez que, ainda que o sendo, foi *ficcionalado* (ou, pelo menos, *virtualizado*) e integrado no desenvolvimento do jogo. Precisamente, uma das grandes conquistas da realidade aumentada consiste na ficcionalização de espaços reais.



Figura 135

Do mesmo modo, a evolução, através da consola, pelo espaço é concretizada pelo jogador, que compatibiliza simultaneamente os movimentos pelo espaço virtual e pelo espaço real. A emergência de seres provenientes do jogo irá sempre fazer-se por sobreposição de camadas, seja num ou noutra espaço.



Figura 136

Na realidade aumentada compartilha-se um espaço real com outro que é virtual. O virtual desenvolve-se no tempo e, assim, constrói um relato cujo nível narrativo surgirá em função dos objetivos e do processo representacional. No caso da publicidade no aeroporto de Berlim, trata-se de um relato minimalista mas eficaz, que engloba o avatar e transmite à visão do ser humano real um mundo de possibilidades ao seu dispor graças à compra de uma determinada marca ou produto.

Parece então evidente que a realidade aumentada nos obriga a separar os conceitos de tempo e de espaço, uma vez que é no espaço que se exerce essencialmente o seu discurso. A realidade aumentada utiliza um espaço real como decoração virtual para uma representação previamente implementada, e isto acontece porque tal desenvolvimento se efetuou através de camadas que nos permitem, como espectadores e inclusivamente como jogadores, introduzir o olhar no seio de um lugar no qual sucede uma determinada história, mais ou menos narrativa (insistimos), e este “olhar”, que é uma delegação da própria, foi capacitado (e organizado) para incorporar camadas ficcionais em espaços reais, desfazendo o nível de realidade e dotando-o de virtualidade. Assim, da mesma forma que o ser humano entra no relato frutivo através de um avatar, o espaço real transforma-se num espaço virtual e inclui-se nas camadas previamente desenvolvidas pela implementação dos organizadores (verdadeiros enunciadores) do sistema.

Na realidade aumentada, conjugam-se dois espaços, o real e o virtual, que se podem interrelacionar de duas maneiras possíveis: 1) por *sobreposição ou ocultação*, e 2) por *suplantação ou substituição*. Daí a importância do estabelecimento de vínculos através de objetos ou de seres antropomórficos, uma vez que estes mecanismos outorgam verosimilhança: não nos esqueçamos que a relação biunívoca é feita por *nexo ou interligação espacial*.

No caso do videojogo (por exemplo, *A memória maldita*) existe uma história geral, linear e cronológica, no estilo dos contos mágicos infantis, que propõe ao jogador uma série de vínculos de diverso tipo: 1) alinhamento e fotografia do rosto, para que o seu avatar se possa inserir na representação surgindo

em determinados momentos como visualização personalizada; 2) percursos pelo espaço contextual “real” do jogador e captura de fotografias de objetos, que serão vinculados ao espaço virtual para trabalhar com eles na continuidade da representação, neste caso aparentemente personalizada; 3) relação icónica com um pequeno folheto que se fornece ao jogador e que comporta uma série de respostas predefinidas a partir de alinhamentos físicos. A partir destes elementos, insinua-se que o ato enunciativo foi transferido para o jogador, mas isto é falso sempre que este não tenha possibilidade de transformar os mecanismos propostos pela história predefinida: não se trata de uma intervenção subjetiva graças à penetração no espaço (relembremos que não é o ente físico quem o penetra, é o seu avatar) mas uma representação personalizada; ou seja, em caso algum se produz um ato enunciativo.

Dito de outra forma: se permanecermos no exterior do relato, somos espectadores e são aplicados os mesmos parâmetros que já são aplicados a todo o discurso audiovisual. Certamente, existe uma modificação do ponto de vista, que, em certas ocasiões, funciona no ambiente subjetivo e, noutras, no omnisciente; de facto, a visão subjetiva do espectador, ao ser equilibrada com a da câmara, pode modificar-se para omnisciente pela introdução do seu avatar na história: ao ver-se a si próprio, existe uma mudança essencial do ponto de vista.

A exacerbação destas possibilidades pode intuir-se (e, de facto, já existem provas concretas) através do uso de terminais ou de elementos de mediação tecnológica cujo rendimento seja máximo, mas não o seu volume. Referimo-nos ao uso dos óculos especialmente equipados para sobrepôr à visualização complementos²⁵³ vinculados via *Bluetooth* ou através de memória direta, com outros dispositivos (telemóveis, etc.), e capazes de capturar (quais câmaras subjetivas que filmam permanentemente) a visão humana para transferi-la para ou implementá-la em suportes adicionais, relativamente ao qual as instruções se podem dar verbalmente: enviar uma imagem fotográfica ou um vídeo, possibilitar o acesso de envios externos, colocar em rede a trans-

253. As imagens que se reproduzem em seguida foram capturadas da página web que a Google criou para tal fim: <http://www.google.com/glass/start/how-it-feels/>

missão dessas imagens, gerar multiusos, e, outras tantas possibilidades que podemos imaginar e que verão a luz do dia precisamente porque somos capazes de imaginá-las. Jamais nos esqueçamos que o progresso humano e a tecnologia avançam porque os resultados foram previamente imaginados, o que implica que possamos afirmar, sem medo de nos enganar, que a ciência do exato é o resultado de uma gestão racionalizada de um processo de imaginação prévio sem o qual nada aconteceria.



Figura 137

Escusado será dizer que isto é apenas um princípio e que toda esta série de procedimentos vão melhorar a um ritmo vertiginoso. Um dos que podemos intuir será o da emergência de representações holográficas. Chegados a este ponto, a virtualidade e a realidade começaram a dissolver-se uma na outra e a nossa capacidade para nos situarmos no mundo deverá atender a outros parâmetros até hoje ainda não contemplados. Mas isto irá requerer tempo e fracassos pelo caminho. O que tememos é que, num curto espaço de tempo, mais curto que longo, a ganância comercial desencadeie uma série de utilizações da linha publicitária e/ou do *marketing* que farão com que os aspetos positivos destas ferramentas se convertam num intenso bombardeio de que qualquer pessoa sensata tentará escapar, virando, portanto, as costas às bondades do sistema.

HISTÓRIAS QUE SE JOGAM. AS NARRATIVAS INTERATIVAS NOS DISPOSITIVOS MÓVEIS²⁵⁴

Marta Martín Nuñez / Universidade Jaume I de Castellón

As narrativas interativas não são uma novidade. Já em 1963, Julio Cortazar, com *Rayuela*, reivindicava a importância do leitor na construção dos relatos e o empurrava para uma actividade e para um protagonismo que a novela clássica lhe tinha negado, primando por uma leitura linear da história movida pelo desejo de alcançar a clausura narrativa. O cinema, fiel à tradição narrativa literária, herdou os padrões clássicos até que as novas ondas dos anos sessenta começaram a experimentar a linearidade do relato chegando à sua máxima expressão com os *mind-game films*²⁵⁵ do novo século. Não obstante, ainda que estes textos audiovisuais já necessitassem de um espectador que, qual quebra-cabeças, os recompusesse num exercício complexo de interpretação para dotá-los de sentido, não deixavam de desfrutar da cómoda distância entre o ecrã e a poltrona, sem necessitar de uma interatividade com o texto além do que é presuposto para um espectador. O desenvolvimento dos novos ecrãs dos dispositivos móveis, os “quartos ecrãs” segundo Cébrian Herreros²⁵⁶, modificou a relação que o espectador, reconvertido em VUP (*viewer-user-player*, espectador-utilizador-jogador) nos termos de Stephen

254. Este estudo foi financiado pelo Projeto de Investigación do convénio Universitat Jaume I – Bancaja, com o título “Análisis de los flujos de transferencia de conocimiento entre los sistemas educativos superiores y la industria del videojuego”, código 11/301.01/1, para o período 2102-2014, sob a direção do Professor Javier Marzal Felici

255. ELSAESSER, T., “The Mind-Game Film”, en *Puzzle Films: Complex Storytelling in Contemporary Cinema*, W. Buckland (ed.), 2009.

256. CEBRIÁN HERREROS, M., & FLORES VIVAR, J. M., *Periodismo en la telefonía móvil*, Madrid: Fragua, 2011, p. 18.

Dinehart, estabelece com as narrativas audiovisuais, que juntam mais um sentido na relação - o *tato* - que implica, necessariamente, uma interação ativa. Ao longo das páginas seguintes propomo-nos analisar as novas características destes dispositivos móveis para compreender as estratégias da interatividade patentes em *Touching Stories* (Tool of North America and Domain Studios, 2010), uma proposta pioneira composta por quatro curtas-metragens interactivas para iPad, que explora as potencialidades deste novo suporte táctil para contar histórias.

1. Os quarto-ecrãs

Cebrián Herreros estabelece uma genealogia entre os diferentes tipos de ecrãs quando indica que “primeiro existiu o ecrã do cinema (Cebrián, 1994); depois, o segundo, o ecrã da televisão e do vídeo (Cebrián, 1990); posteriormente, o terceiro, foi o do computador e da Internet (Cebrián, 2010); e agora, o quarto ecrã, o dos *tablets* e dos outros dispositivos e telefones móveis”²⁵⁷. Assim, o cinema, um texto pensado para ser visionado no ecrã cinematográfico, passou também a ser visto na televisão e no ecrã do computador e, portanto, não deverá surpreender-nos que o hábito de ver filmes, brevemente, se expanda para os ecrãs dos dispositivos móveis. Simultaneamente, o discurso cinematográfico não deixou de tentar adaptar-se e competir com estes ecrãs rivais, tornando-se num híbrido destes, transformando a sua própria textura, convertendo-se num “ecrã hóspede”²⁵⁸, enquanto cada um destes outros criaram de forma paralela novas peças audiovisuais de ficção adaptadas às características de cada meio.

Em televisão, por exemplo, os telefilmes - filmes produzidos para serem distribuídos exclusivamente na televisão - ou as séries televisivas - ficções em série produzidas pelos próprios canais de televisão - são já formatos muito instituídos que, além disso, gozam atualmente de uma época dourada,

257. CEBRIÁN HERREROS, M., & FLORES VIVAR, J. M., *op. cit.*, p. 215.

258. PALAO ERRANDO, J.A., “Hiperencuadre/Hiperrelato: Apuntes para una narratología del film postclásico”, en *Comunicación: revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, 10, 94-114. Recuperado de: http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n10/mesa1/008.Hiperencuadre-Hiperrelato_Apuntes_para_una_narratologia_del_film_postclasico.pdf, 2012, p. 16.

especialmente se falarmos das séries de televisão norte-americanas²⁵⁹. Na internet, os novos formatos de ficção estão em pleno desenvolvimento e ainda não podemos falar de géneros de ficção consolidados, mas sim de uma adaptação dos géneros já existentes à rede, como as longas-metragens e as curtas-metragens - os microrrelatos, as ciberséries (webséries) ou as ciberséries flash, a banda desenhada interativa, os *trailers* digitais, os *videoclips* interativos, os *webdocs*, etc. Não obstante, como afirmam Nuria Lloret e Fernando Canet:

...a indústria do entretenimento começa a vislumbrar que a rede não é só um novo canal de distribuição onde pode levar até outros mercados as suas reservas de conteúdo, sabe agora que a própria dinâmica vitalista do meio não permite posturas conservadoras e que para ser competitiva deverá conhecer o que é procurado pelo internauta no ambiente *online* quando este acede aos conteúdos audiovisuais, isto para poder criar produtos à medida do internauta que sejam capazes de causar um forte impacto na audiência²⁶⁰.

Se ainda não podemos falar da consolidação de géneros próprios na Internet, um meio que está entre nós desde a década de noventa, obviamente, também não podemos falar de géneros audiovisuais dos novos *tablets*. Não obstante, podemos analisar as suas características como meio, uma vez que “o ecrã já não é um espaço fechado de exposição de dados; deve conceber-se como um campo aberto de acontecimentos, como um não lugar desterritorializado, capaz de converter o utilizador no autêntico ator da aplicação”²⁶¹ e, depois, de recorrer à materialidade do texto para apontar as novas tendências na criação das narrativas interactivas.

259. BORT GUAL, I., Nuevos paradigmas en los telones del relato audiovisual contemporáneo. Partículas narrativas de apertura y cierre en las series de televisión dramáticas norteamericana, Tese de doutoramento, Castellón: Universitat Jaume I, Castellón, 2012.

260. LLORET ROMERO, N., y CANET CENTELLAS, F., “Nuevos escenarios, nuevas formas de expresión narrativa: La web 2.0 y el lenguaje audiovisual” en *Hipertext.net*, 6. Recuperado de: <http://www.upf.edu/hipertextnet/numero-6/lenguaje-audiovisual.html>, 2008.

261. ALBERICH PASCUAL, J., “Notas para una estética audiovisual digital”, en *Comunicación Audiovisual Digital. Nuevos Medios, Nuevos Usos, Nuevas Formas*, Alberich Pascual, Jordi., Barcelona: Editorial UOC, 2005, p. 211.

Os conteúdos desenhados para os dispositivos móveis inteligentes agrupam-se sob a etiqueta de *pervasive media* ou *locative media*²⁶², que podem ser definidos como meios digitais que utilizam sensores e/ou redes móveis ou sem fios para aproximar o conteúdo do utilizador (cinema, música, imagens, jogos...) tendo em conta a sua situação (onde se encontra, como se encontra ou com quem se encontra, por exemplo) para lhe dar uma resposta baseada no seu contexto situacional. As suas duas principais características são, por um lado, o facto de utilizarem a tecnologia para entender algo sobre a situação do utilizador e responderem baseando-se nessa mesma informação e, por outro lado, explorarem os meios digitais para *aumentar* (estabelecer uma ponte com) o ambiente físico e vice-versa²⁶³. Como indicam Dovey e Fleuriot,

Houve um dia no qual inventámos os meios de comunicação para a sociedade de massas; nos últimos vinte anos passámos para os meios de comunicação em rede, e por agora mantemo-nos aí. Mas dentro de pouco tempo, como os “tecnofuturistas” nos querem fazer crer, iremos encontrar-nos na era dos meios omnipresentes (*pervasive media*), onde os dispositivos inteligentes oferecerão «os meios adequados, no momento adequado e no lugar adequado»²⁶⁴.

As narrativas interativas para estes quatro ecrãs devem ter em conta o contexto situacional do utilizador que se encontra em movimento - que conectado à rede leva sempre o seu dispositivo táctil - para poder oferecer peças adaptadas a este novo contexto. O VUP (espectador / utilizador / jogador) já não está na escuridão de uma sala de cinema, nem sequer na sala da sua casa, dedicando toda a sua atenção ao texto fílmico, agora pode estar à espera do autocarro, numa consulta médica, num bar à espera dos amigos

262. GALLOWAY, A., y WARD, M., “Locative Media As Socialising And Spatializing Practice: Learning From Archaeology”, em *Leonardo Electronic Almanac MIT Press*, 14(3). Recuperado de http://web.archive.org/web/20080420201202/http://leoalmanac.org/journal/vol_14/lea_v14_n03-04/gallowayward.asp, 2008.

263. PERVASIVE MEDIA STUDIO, *What is pervasive media?* Recuperado de: <http://www.pmstudio.co.uk/what-pervasive-media>, 2012.

264. DOVEY, J., y FLEURIOT, C., “La estética de los medios omnipresentes”, en *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 2, 63–80, 2011, p. 67.

ou, simplesmente, em sua casa com um ecrã de 10 polegadas. O seu contexto vai influenciar a sua experiência narrativa e, por isso, o texto deverá adaptar-se para criar experiências atrativas para os utilizadores.

2. Mobilidade

A mobilidade é a característica fundamental dos “quartos ecrãs”, ou como lhe temos vindo a chamar, dos dispositivos *móveis* inteligentes; por isso, é também a primeira característica a ser mencionada. É uma especificidade que não estava presente em nenhum dos ecrãs anteriores - se excetuarmos os computadores portáteis que, como o nome indica, são dispositivos que se podem transportar, mas que, no entanto, não costumam ser utilizados em movimento. Assim sendo, as consequências trazidas pela interação com um ecrã em movimento são enormes, uma vez que, pela primeira vez, o contexto do utilizador é totalmente imprevisível. O meio que envolve o espectador de um ecrã de cinema, abrigado pela escuridão de uma sala preparada unicamente para a visualização do filme, é um meio totalmente controlável, que já é superado pelo ambiente doméstico ou pelo ambiente de trabalho (próprios dos ecrãs de televisão ou dos ecrãs dos computadores pessoais), mas não com o mesmo grau de imprevisibilidade proporcionado pelos ecrãs dos dispositivos *móveis* inteligentes. Como indicam Dovey e Fleuriot,

o utilizador não se encontra no teatro, nem sequer na sala. Anda pelo mundo, entrando e saindo de edifícios, seguindo uma rota, fazendo uma viagem; o sensor abre-se para todo um espectro de estímulos que competem no minúsculo ecrã refletor pela sua atenção e os auriculares tipo botão permitem-nos ouvir o mundo e a nossa banda sonora do mesmo. Para criar com êxito uma experiência significativa, que combine os significados que a engenharia dá ao contexto com a experiência humana no contexto, é necessário um novo conjunto de competências criativas²⁶⁵.

265. DOVEY, J., y FLEURIOT, C., op. cit., p. 75.

O facto de o utilizador se encontrar num ambiente em constante mudança, imprevisível e repleto de estímulos, também dificulta a sua capacidade para prestar atenção. Por isso, a simplicidade dos mecanismos interativos e os enredos curtos e nada complexos vêm-se revalorizados neste novo meio.

3. Conectividade

A conectividade dos dispositivos móveis é tida como um dado adquirido e incide em questões que já se exploravam nos terceiros ecrãs, os dos computadores pessoais. Os dispositivos *móveis* inteligentes permitem a realização de contratos para adquirir uma rede de dados via 3G ou a ligação a uma rede WIFI que tornam a conexão à internet possível a todo o momento. Esta característica permite desvincular a conexão à rede de um local fixo, como era habitual nos ecrãs dos computadores pessoais doméstico ou de trabalho. Esta característica pode ser utilizada nas narrativas interativas tanto para vincular o conteúdo da rede à trama, oferecendo informação contextual, como para partilhar as histórias narradas através dos canais habilitados para tal.

4. Ubiquidade

Esta capacidade está muito relacionada com a mobilidade dos dispositivos. Estes dispositivos estão a converter-se nos conectores do utilizador com o mundo (via telefone, via internet), além de representarem um lugar de convergência que une simultaneamente o entretenimento digital (cinema, música, livros, televisão...) à oferta de funcionalidades muito relevantes para o trabalho. Por este motivo, estes dispositivos estão a converter-se em parceiros inseparáveis dos seus utilizadores, que os levam consigo para toda a parte, a todas as horas, ganhando assim a classificação de dispositivos ubíquos. De facto, tal é o ponto de convergência que, como indica Cebrián Herreros,

levantaram-se vozes que realçaram a tendência para uma convergência de todas estas no ecrã dos dispositivos móveis. E, de facto, surgiram algumas modalidades que podem concretizá-lo, como acontece nos

ecrãs dobráveis. Mas uma coisa são as inovações trazidas por cada um dos ecrãs, e outra, muito diferente, é que o último ecrã venha a eliminar os anteriores. Uma coisa é que nos ecrãs dos dispositivos móveis se possam ver filmes e documentários de cinema, séries de televisão e notícias, vídeos de ficção ou de informação das webs da Internet ou das próprias webs móveis, e outra, muito diferente, é a eliminação dos produtos criados para os antigos ecrãs²⁶⁶.

A ubiquidade destes dispositivos faz com que os interstícios da vida quotidiana - as esperas, os trajetos nos transportes públicos, etc. - adquiram grande relevância, uma vez que se apresentam como oportunidades para veicular o consumo de conteúdos de entretenimento de curta duração que preencham os momentos mortos do dia.

5. Controladores tácteis e acelerómetros (touch and tilt)

Como estudámos noutro lugar, as características próprias de cada ecrã modificam a relação com o meio. No passado, quando a Apple o popularizou em 1984, o rato foi uma autêntica revolução porque facilitava a interatividade com os ambientes gráficos dos computadores, de certa forma naturalizava a *interface* e constituía um ponto de *contato* inusitado entre o homem e a máquina. Não obstante, o ecrã táctil, ao introduzir um novo sentido, reinventa esta relação. Os ecrãs tácteis, algo que há alguns anos só era plausível nos filmes, tornaram-se uma realidade. Filmes como *Minority Report*²⁶⁷ (Spielberg, 2002) transformaram a perceção do grande público relativamente à forma como nos iríamos relacionar com os ecrãs do século XXI²⁶⁸.

A partir de agora, novos verbos designarão as ações que realizaremos com os nossos dedos para passar de um ecrã para outro, para aumentar ou reduzir imagens. E isto modificará a nossa forma de olhar, uma vez que a visão já não será tudo na nossa relação com o ecrã²⁶⁹. O *interface* naturalizou-se

266. CEBRIÁN HERREROS, M., & FLORES VIVAR, J. M., *op. cit.*, p. 19.

267. N. T: O filme estreou em Portugal com o título Relatório Minortário”.

268. BORT GUAL, I., GARCÍA CATALÁN, S., y MARTÍN NÚÑEZ, M., “Daisy, dame la mano, estoy loco por tí”, em *L'Atalante. Revista de Estudios Cinematográficos*, 13, 2012, p. 87.

269. BORT GUAL, I., GARCÍA CATALÁN, S., y MARTÍN NÚÑEZ, M., *op. cit.*, p. 88.

ao ponto de quase eliminar os botões, restando só uma superfície de cristal líquido sensível ao tato. E o tato, acima de tudo, promete uma interação ativa com o texto. Além disso, algumas aplicações estão um passo à frente, no que respeita ao uso do suporte tátil, para incorporar nas suas mecânicas de interação a bússola e o acelerador, integrando-os nos próprios dispositivos como controladores. Assim, o utilizador tem que mover ou inclinar o dispositivo (*tilting*, em inglês) para conseguir o seu objetivo, superando o *interface* para converter o próprio dispositivo no controlador da interação.

6. Tomada de consciência do contexto situacional do utilizador

Por último, resta mencionar a característica dos dispositivos móveis e a que que mais os distancia, juntamente com a mobilidade, dos ecrãs anteriores. Trata-se da propriedade fundamental que define os *pervasive media* em geral, e consiste, precisamente, na sua capacidade para tomar consciência do contexto situacional do utilizador, para lhe oferecer um produto adaptado à sua situação contextual num certo momento. Tal como indicam Dovey e Fleuriot,

se os meios omnipresentes (*pervasive media*) apresentarem uma forma artística emergente, será a que estiver intimamente ligada a uma nova visão do contexto. Os meios de entretenimento geralmente têm o controlo do seu contexto; o teatro, o cinema e inclusivamente a televisão nos seus primeiros quinze anos, tinham como certos determinados factos sobre o seu público²⁷⁰.

Neste quarto ecrã importa tanto o que acontece dentro deste quanto o que se desenrola à sua volta, uma vez que será isso que definirá a experiência vivida pelo seu utilizador. Esta é uma característica que não se verificou anteriormente em nenhum outro ecrã, ainda que a tendência tenha sido a de integrar cada vez mais o meio no contexto natural do espectador. Deste modo, as telas de cinema estão em salas que controlam a experiência fílmica do espectador para lhe proporcionar o máximo usufruto. A televisão e o com-

270. DOVEY, J., y FLEURIOT, C., *op. cit.*, p. 75.

putador encontram-se, por outro lado, em lugares específicos como a sala, o escritório ou o local de trabalho, nos quais pode existir ruído, mas este é um ruído controlado e relacionado com o fim do meio. Contrariamente, as aplicações dos dispositivos *móveis* devem integrar o contexto situacional na sua resposta ao utilizador para lhe proporcionar uma experiência significativa:

“Para criar uma experiência significativa, o *designer* tem que entender o contexto do utilizador: Onde vai estar? Em que momento do dia ou da noite se poderá encontrar? O que oferecerá o seu contexto imediato: o que pode ver, o que pode ouvir? Queremos que o utilizador passe por uma experiência de profunda imersão, de interiorização, na qual o mundo real passe para segundo plano, ou, queremos que o utilizador dê atenção ao mundo, apreendendo o que o rodeia? Trata-se de uma experiência solitária ou de uma experiência partilhada? Como é que o utilizador interage com as outras pessoas no espaço da sua experiência? Que correspondência se estabelece entre a experiência e o mundo?²⁷¹

Esta característica é profundamente inovadora no que respeita à relação existente entre o utilizador, o meio e o contexto, uma vez que consiste em aproveitar o contexto situacional do utilizador para o inserir na experiência mediática, sem concebê-lo como ruído, mas antes, como conteúdo. Todavia, esta quinta característica não poderia existir sem as restantes, uma vez que, para que se verifique, é necessário que o dispositivo possua mobilidade e ubiquidade, conectividade e, em menor medida, que os ecrãs naturalizem a experiência. Através da tomada de consciência do contexto do utilizador, as narrativas podem adaptar-se ao jogador, adquirindo assim maior profundidade sem necessidade de tornar as suas estruturas complexas.

7. Touching Stories: histórias que se jogam

Touching Stories (Tool of North America and Domani Studios, 2010) explora o futuro da narrativa interactiva nos dispositivos *móveis*. Foi criada como ferramenta de autopromoção, por cinco diretores de *Tool of North America*

271. DOVEY, J., y FLEURIOT, C., *op. cit.*, p. 76.

- Geordie Stephens, Sean Ehringer, Tom Routson, Erich Joiner e Jason Zada - e com o contributo de um *partner* técnico - Domani Studios - que começaram a experimentar as narrativas interactivas tendo em conta as possibilidades específicas da interação dos *tablets* iPad, da multi-tactilidade, da navegação nas próprias peças audiovisuais ou do acelerador. Por fim, criaram-se quatro histórias que se compilaram e distribuíram como aplicações na AppStore da Apple. O objetivo era iniciar um diálogo sobre o futuro das possibilidades das narrativas interativas nos dispositivos móveis, para o qual nos propomos contribuir através da análise dos elementos interativos, como elementos expressivos e narrativos, de cada uma das histórias.



Figura 138

8. Descrição das peças audiovisuais

A aplicação Touching Stories é composta por quatro peças audiovisuais de curta duração que exploram, de diferentes maneiras, as possibilidades interativas do meio.

***All Ends, Ends All* (Erich Joiner e Jason Zada)²⁷²**

Um homem acorda atado no interior do porta-bagagens de um carro, do qual tentará sair, procurando ainda compreender como foi ali parar. A peça está conceptualizada como *thriller*, com uma ocularização interna que se traduz numa câmara subjetiva, na qual parece que a câmara ocupa o olhar do personagem. Na faixa inferior da imagem vão surgindo indicações que mostram ao VUP as ações que deve realizar para que as sequências avancem. Desta forma, num dado momento, é necessário sacudir o *tablet* para fazer com que o personagem corra, deslizar um dedo pelo ecrã para arrancar a fita adesiva que lhe cobre a boca ou marcar um número numa cabine telefónica. Deste modo, nesta peça privilegia-se o relacionamento com o dispositivo *móvel*, sendo que se aproveitam todas as características técnicas do mesmo para ir ativando as sequências e completar o desenvolvimento da trama.

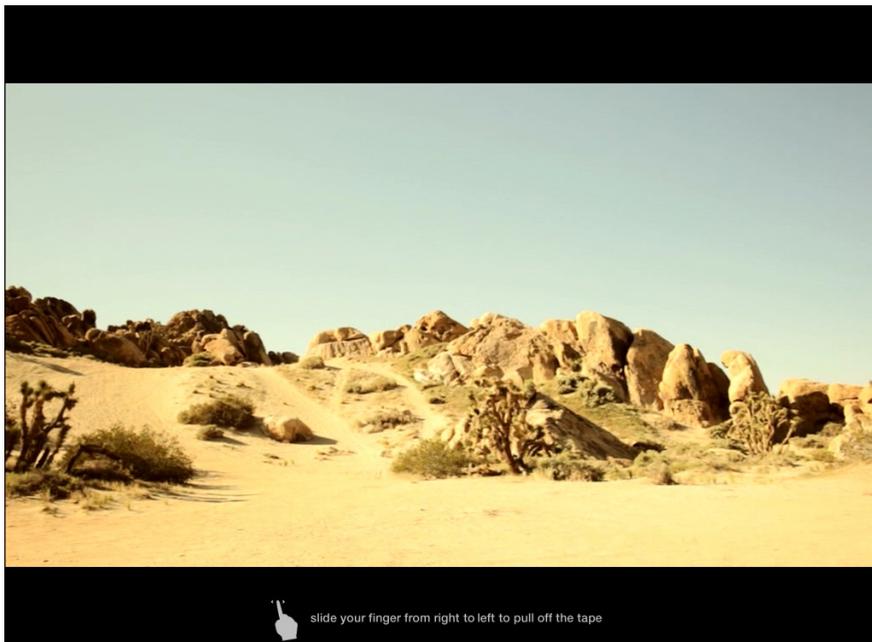


Figura 139

272. Aquando da realização desta análise, a reprodução da história apresentava uma falha técnica que a impedia de progredir até ao final da trama, não obstante a autora, num visionamento prévio, ter conseguido fazer o visionamento da sua globalidade.

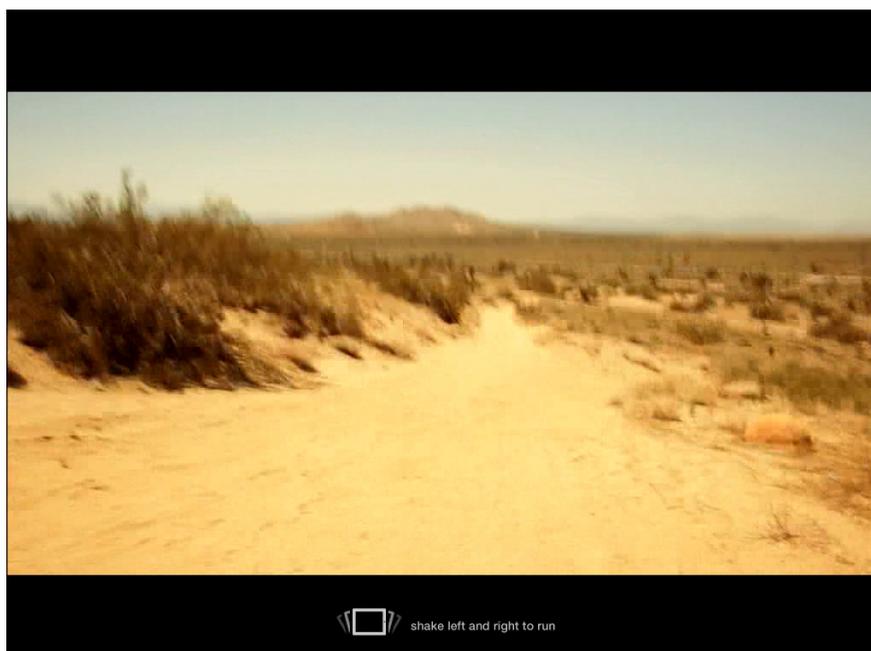


Figura 140

***Sarah and Jerry* (Sean Ehringer)**

Um casal vive o quotidiano no seu lar, como numa *sitcom/comédia*. A mulher encontra-se sentada no sofá e o seu marido está a tomar banho. Nada sucede. Nada acontecerá enquanto o VUP não fizer algo. Esta peça assume assim que o VUP espera que a sua intervenção seja requerida para que a história possa avançar. Desta forma, conforme se for tocando nos diferentes elementos da casa (lâmpadas, livros, quadros), desencadear-se-ão ações que irão assustar os protagonistas, até que estes fujam apavorados da casa, atacando finalmente a posição da câmara (a representação do VUP) com um taco de golf e destruindo aquilo que o VUP pensa que é o vidro do seu próprio ecrã.



Figura 141



Figura 142

***The Most Interesting Couple in Britain* (Geordie Stephens)**

Num cenário teatral, um casal evidencia o desgaste da sua relação, num tom humorístico. Após cada ação, o VUP pode escolher entre várias opções narrativas, até percorrê-las todas, graças a uma cicerone que as vai propondo. Além disso, a realização de algumas atividades inclui conteúdos adicionais ligados à rede.



Figura 143



Figura 144

Triangle (Tom Routson)

Um casal entra num motel com uma pasta cheia de notas. A partir desse momento, o VUP poderá navegar pelo conteúdo do quarto e, cada objeto que se ilumina, levará a uma sequência que, por *flashback* ou *flashforward*, lhe fornecerá informações para ir desvendando a história até ao seu desenlace.



Figura 145

9. A interação como motor da história

Uma característica que todas as histórias têm em comum no modo como utilizam a capacidade interativa dos novos suportes é a de atribuir à interação a função de motor da história. Todas as histórias, ainda que trabalhem a interatividade de modo distinto, exigem-na por parte do utilizador para que se desenvolvam. Trata-se de uma poderosa estratégia para exigir a atenção permanente do espectador que protagoniza distrações contextuais e, precisamente, esta procura constante pela sua interação vai obrigá-lo a focalizar a atenção no relato de modo a que possa avançar.

Assim sendo, em todos os casos, a única forma de passar de uma sequência para outra é interagindo com o ecrã táctil. Não obstante, as peças evidenciam duas formas distintas de fazer avançar a trama: em *All Ends, Ends All* a interatividade faz progredir a ação, desencadeando sequências consecutivas, dirigindo-a com instruções concretas como realizar cada interação. Por outro lado, nas outras peças - *Sarah and Jerry*, *The Most Interesting Couple in Britain* e *Triangle* - a interação serve para desencadear sequências contextuais, caminhos narrativos paralelos que nos possibilitam uma melhor compreensão da história e que, em última instância, também fazem avançar a ação. Isto dá ao VUP uma maior liberdade de interação uma vez que, dentro dos caminhos estipulados pelo produtor, este pode decidir em que ordem e como explorar as diferentes opções narrativas.

Desta forma, podemos falar, provisoriamente, de duas finalidades na utilização da interatividade narrativa, uma, *sequencial*, que desencadeia sequências lineares fazendo avançar a acção e, outra, *contextual*, que suscita sequências contextuais, após as quais se regressa sempre a uma sequência chave, que permite explorar outras contextuais e ir assim descobrindo o enredo de uma forma não linear.

10. Da escolha do caminho narrativo à articulação do enredo

Interagir com o desenvolvimento do enredo narrativo pode possibilitar ao VUP eleger o destino que quer atribuir ao protagonista. Devemos remontar aos livros interativos que exploram como reclame ao leitor a máxima “escolhe o teu próprio final” e, obviamente, aos videojogos, que ostentam características narrativas - como os antecedentes das peças audiovisuais para dispositivos móveis - que permitem ao utilizador traçar o desenvolvimento da história. Contudo, ainda que algumas das peças capacitem à escolha entre distintas alternativas narrativas, nenhuma potencia tal qualidade para atrair o utilizador. Assim sendo, podemos concluir que o utilizador já tem maturidade suficiente para superar a (simples) escolha dos diferentes caminhos narrativos criados pelos produtores do enredo e que procura um maior envolvimento na criação de um discurso feito à sua medida. Neste contexto, a própria articulação da trama narrativa surge como a questão mais importante.

É assim que o VUP se converte numa espécie de *enunciador delegado quase demiúrgico* que, dentro dos limites que foram estabelecidos pelos *criadores* da peça, não só decide os acontecimentos futuros, mas também, toma decisões sobre como e quando vai desencadear as sequências. No caso de *Sarah and Jerry* o utilizador, por iniciativa própria, vai interagindo, tocando em diferentes elementos do enquadramento, aprendendo a lógica desta espécie de jogo ao mesmo tempo que decide que elemento que desencadeará o desenvolvimento do enredo. Também em *Triangle*, ele desempenha esse papel. Neste caso, é-lhe indicado um conjunto de elementos que irão desencadear sequências contextuais e será ele próprio quem decidirá por que ordem e com que frequência as vai activar. Nas outras duas peças, *All Ends, Ends All* e *The Most Interesting Couple in Britain* também se delega esta função no VUP, mas com uma complexidade menor do próprio desenvolvimento narrativo.

11. A interação como expectativa narrativa

O ecrã táctil é um ecrã que, definitivamente, quer ser tocado. Colocado a uma certa distância e, liberto de quase todos os botões, todo o protagonismo está na superfície táctil de cristal líquido. Não sucederá nada enquanto não lhe tocarmos. E o VUP está consciente disso. Espera que a sua interação seja requerida para que seja iniciada a ação.

Precisamente, é esta a questão explorada na peça *Sarah and Jerry*. Começa com uma sequência na qual não se dá nenhuma instrução ao VUP e não sucede nada. Uma mulher, sentada num sofá, olha para a câmara e nada acontece. Esta situação produz uma sensação incómoda no utilizador que o leva a tocar instintiva e aleatoriamente em partes do cenário como livros, quadros ou lâmpadas, que acredita que possam esconder as chaves do relato. E, efetivamente, ao fazê-lo, ocorrem acontecimentos que desencadeiam o terror nos protagonistas que não entendem porque se movem as coisas sozinhas, se acendem e se apagam as luzes ou porque é que o quadro pendurado na parede fala. Este jogo interativo entre a diegese e o VUP nada mais faz, através do incómodo decorrente da falta de ação, que manifestar as expectativas narrativas que se depositam na capacidade de interação tanto do VUP como do relato.

Do mesmo modo, ainda que de forma mais evidente e menos intuitiva, as outras histórias incitam o VUP a interagir com o relato para desencadear as sequências. Isto realiza-se através de indicações dadas por subtítulos sobre como interagir com a máquina (agitando o dispositivo, deslizando os dedos pela superfície, marcando números de telefone) ou com indicações que aparecem dentro do próprio texto fílmico, quer enquanto letreiros, quer como objetos que funcionam como *botões* e nos quais se pode *carregar*. Não obstante, estas indicações incitam o utilizador a interagir de forma explícita.

Conclusão

Os dispositivos móveis ocupam um espaço cada vez maior no nosso ambiente, surgindo como epicentros do entretenimento multimédia. Estes “quartos ecrãs” funcionam como uma nova janela para que continuemos a consumir os filmes, as séries ou os programas de televisão aos quais estamos habituados, mas as suas próprias características, como meios que privilegiam a interatividade com o utilizador, propiciam o desenvolvimento de novos formatos adaptados especificamente, capazes de aproveitar as suas características para o desenvolvimento do relato.

Touching Stories, o exemplo analisado nestas páginas, é uma proposta pioneira que, através de quatro histórias, explora as capacidades da narrativa interativa que se encontra meio caminho entre a aplicação de entretenimento, a curta-metragem e o jogo (o videojogo). Estas histórias mostram como a interação pode atuar como motor das histórias, concedendo ao seu recetor o papel de construir o relato de modo mais complexo do que simplesmente deixando-o escolher os futuros acontecimentos da trama, convertendo-o num enunciador delegado da história (com a autorização do produtor, esse criador que põe ao dispor do utilizador todas as opções). Além disso, o próprio suporte no qual se desenvolve a história predispõe o espectador para essa mesma interação que a entende como uma expectativa em relação à narrativa necessária para o desenvolvimento do relato.

Este facto leva-nos, portanto, a reconsiderar o papel do espectador, ao qual nos referimos como VUP, utilizando o termo cunhado por Stephen E. Dinehart, artista *transmedia*, uma vez que, cada um dos termos, separadamente, fica claramente ultrapassado. O VUP explora a história que passa a depender das suas habilidades cognitivas e psicológicas, transformando-se, de certa forma, no autor da sua própria experiência narrativa. Ultrapassa a identificação passiva e converte-se numa parte da construção dessa experiência, alternando momentos nos quais é somente espectador, com aqueles nos quais se transforma em utilizador do relato, e ainda, com outros, em que participa nas mecânicas de jogo disponíveis.

As propostas das narrativas interativas para dispositivos móveis são muito recentes e escassas, pelo que ainda é difícil definir características e conceptualizações teóricas. Não obstante, esta primeira aproximação permitir-nos-á detetar tendências e observar o seu desenvolvimento durante os próximos anos.

Bibliografia

- ALBERICH PASCUAL, J., “Notas para una estética audiovisual digital”, em *Comunicación Audiovisual Digital. Nuevos Medios, Nuevos Usos, Nuevas Formas*, Alberich Pascual, Jordi., Barcelona: Editorial UOC, 2005, pp. 209–226.
- BORT GUAL, I., *Nuevos paradigmas en los telones del relato audiovisual contemporáneo. Partículas narrativas de apertura y cierre en las series de televisión dramáticas norteamericana*, Tese de doutoramento, Castellón: Universitat Jaume I, Castellón, 2012.
- BORT GUAL, I., GARCÍA CATALÁN, S., y MARTÍN NÚÑEZ, M., “Daisy, dame la mano, estoy loco por ti”, em *L’Atalante. Revista de Estudios Cinematográficos*, 13, 2012, pp. 83–89.
- CEBRIÁN HERREROS, M., & FLORES VIVAR, J. M., *Periodismo en la telefonía móvil*, Madrid: Fragua, 2011.
- DOVEY, J., y FLEURIOT, C., “La estética de los medios omnipresentes”, em *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 2, 63–80, 2011, p. 67. [DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2011.2.5>]
- ELSAESSER, T., “The Mind-Game Film”, em *Puzzle Films: Complex Storytelling in Contemporary Cinema*, W. Buckland (ed.), 2009, pp. 13-41.
- GALLOWAY, A., y WARD, M., “Locative Media As Socialising And Spatializing Practice: Learning From Archaeology”, em *Leonardo Electronic Almanac MIT Press*, 14(3). Recuperado de: http://web.archive.org/web/20080420201202/http://leomanac.org/journal/vol_14/lea_v14_n03-04/gallowayward.asp, 2008.

- LLORET ROMERO, N., y CANET CENTELLAS, F., “Nuevos escenarios, nuevas formas de expresión narrativa: La Web 2.0 y el lenguaje audiovisual” en *Hipertext.net*, 6. Recuperado de: <http://www.upf.edu/hipertextnet/numero-6/lenguaje-audiovisual.html>, 2008.
- PALAO ERRANDO, J.A., “Hiperencuadre/Hiperrelato: Apuntes para una narratología del film postclásico”, en *Comunicación: revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, 10, 94-114. Recuperado de: http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n10/mesa1/008.Hiperencuadre-Hiperrelato_Apuntes_para_una_narratologia_del_film_postclasico.pdf, 2012.
- PERVASIVE MEDIA STUDIO, *What is pervasive media?* Recuperado de: <http://www.pfstudio.co.uk/what-pervasive-media>, 2012.

Na nossa época, a imagem é rainha, encontrando-se disseminada nos mais variados suportes, formatos e géneros. As imagens dos grandes ecrãs de cinema estão suplantadas pelas das televisões e dos monitores dos computadores e das consolas. Num contexto de espectacularização e de narrativização, os filmes e as reportagens coexistem com outros regimes de sentido e narrativas.

É no âmbito desta conjuntura, com o propósito de a estudarem e a problematizarem, que os editores decidiram convidar alguns peritos para analisar a ontologia de alguns tipos de imagens: desde as do trailer cinematográfico às do separador televisivo, do filme animado às do anúncio de publicidade e do videoclip, são várias as possibilidades, as propostas e as metodologias de análise