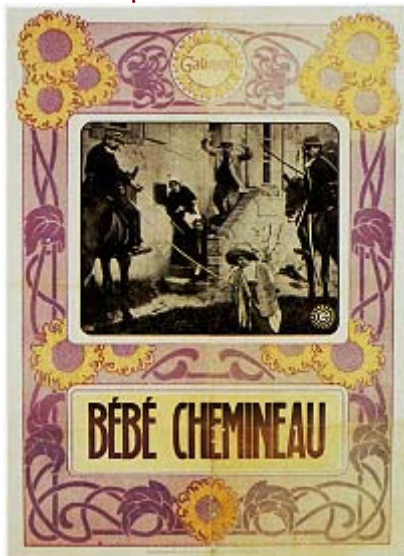


A FOTOGRAFIA COMO ILUSTRAÇÃO DE CARTAZES

Haenz Gutiérrez Quintana

1

A fotografia presente no cotidiano das pessoas no final do século XIX foi tardiamente empregada como ilustração de cartazes de cinema. Sabe-se, imagens feitas através de processos fotomecânicos começaram a substituir as xilogravuras nas ilustrações de livros e revistas por volta de 1880 enquanto os primeiros fotolitos de cenas de um filme empregados pela publicidade de cinema datam de 1911. No acervo do Instituto Lumière na França podemos conferir uma série de cartazes produzidos e assinados pela Gaumont nesse ano. O cartaz do filme mudo "Bébé Chemineau", por exemplo, apresenta o fotograma da cena em que gendarmes a cavalo prenderam um vagabundo nas ruas. Já no cartaz de "Eugène amoureux" o artista gráfico optou pelo recorte do fotograma em que o protagonista faz um gesto amoroso. Podemos verificar nesses cartazes a qualidade primitiva de uma arte na sua infância.



A ilustração de cartazes de cinema através de fotogramas do próprio filme começou com o estabelecimento de relações entre a imagem e o título. Nos

exemplos citados, podemos inferir que o trabalho do artista gráfico, para atrair os espectadores, consistiu na seleção de uma imagem adequada, encantadora, de fácil significação mas que, de certa forma, subestima a capacidade imaginativa do público alvo. O cartaz assim concebido propõe algumas interrogativas ao espectador. No cartaz de "Bébé Chemineau", as questões propostas seriam: qual a identidade do vagabundo? que relação tem com o protagonista? por que é preso? quer saber? Então assista! Tal era o apelo.



As interrogativas propostas para estabelecer relações entre os cartazes e os filmes que anunciam, do ponto de vista da significância, (por que este e não outro arranjo dos acontecimentos representados? porque esse e não aquele acontecimento? como a imagem condensa, em um espaço restrito, todos os signos convencionais da cena a ilustrar? etc.) são indagações que o artista gráfico se propõe no processo de concepção e o analista - *ad post*.

2

A função *fazer-saber* do cartaz implica comunicar uma noção não conhecida pelos espectadores e a função da imagem fotográfica no cartaz seria a de expor tal noção. Deste modo, o artista gráfico desempenha a função de transmitir conhecimentos ao organizar uma narrativa.

O que caracteriza a narrativa *homérica*, segundo *Gombrich* (1979:122) é o fato de se interessar não só pelo "que", mas da mesma forma pelo "como" dos acontecimentos míticos. Isto traz como consequência a impossibilidade de estabelecer qualquer distinção entre o "que" e o "como", uma vez que o acontecido e seu relato são correlativos. O narrador é, deste modo, uma testemunha ocular. No canto VIII da *Odisséia*, *Odiseu* diz a *Demódoco*: (...) *mais do que a todos os outros mortais, te venero, ó Demódoco! Fostes discípulo das musas, as filhas de Zeus ou de Apolo? Tão verazmente cantaste as desgraças dos homens aquivos, quanto fizeram, trabalhos vencidos e o mais que sofreram, como se o visses tu próprio, ou soubesses de alguém fidedigno. Ora começa de novo, e o cavalo de pau nos invoca (...)* *Caso consigas cantar isso tudo de acordo com os fatos, logo darei testemunho perante o universo dos homens que recebestes de um deus benfazejo a divina cantiga.*

O narrador possui, como se pode verificar no trecho acima, licença para abordar e fazer variações sobre o mito, para deter-se no "como" ao fazer referência aos acontecimentos, mas com a ressalva de ater-se aos fatos. Adubado este terreno, ficou uma via aberta para que o artista visual fizesse o mesmo. A forma narrativa como "contar pessoal" do narrador possibilitou um "mostrar impessoal" do ilustrador. Com efeito, segundo *Gombrich*, quando os escultores e pintores clássicos perceberam a especificidade da narrativa grega desencadearam uma reação que transformou os métodos de representação.

Como se sabe, a narrativa é um texto referencial com temporalidade representada. *Weimann* (1984) propõe uma narratividade nos termos *marxistas* de *apropriação prático/espiritual do mundo*. Sugere, igualmente, que se observe duas funções básicas na narrativa: a *Representativa*, entendida como a *formalização* mimética de estruturas da realidade na ficção e, a *Avaliativa*, como a perspectiva valorativa adotada pelo autor, através de meios técnicos, em relação à representação.

A nosso ver, a fotografia nos cartazes de cinema é estruturada como uma *narrativa*. Efetivamente, a natureza indicial e delocutiva da anúncio cinematográfica comporta a idéia de que o cartaz representa um acontecimento situado no espaço e no tempo, isto é, o encontro entre o artista gráfico/espectador e o dispositivo da imagem temporalizada. O artista gráfico é aqui testemunha ocular, e tem de ser e parecer veraz se quiser que seu trabalho seja fonte de (re) conhecimento.

A noção apreendida pelo artista gráfico, no ato da sua fruição como espectador, é logo expressa numa imagem referencial (do universo *diegético*) que representa, na maioria dos casos, o *instante prenhe*, ou seja, o instante que revela, segundo o ilustrador, a essência do acontecimento. De acordo com *Aumont* (1993:231) o instante prenhe é definido como *um instante que pertence ao acontecimento real e que é fixado na representação*. O *frame-stop* constitui o paradigma desta idéia, paradigma que, no contexto do design de cartazes de cinema, consiste na estagnação metonímica do fluido fílmico, isto é, um dos fotogramas representando e significando o filme como um todo.

Embora a retenção de um *instante autêntico* só seja possível através de técnicas fotográficas (a reprodução do fotograma) o conceito de *instante prenhe*, no sentido empregado aqui, comporta a idéia de que o artista gráfico, como sujeito simbólico, visa à prenhe, à significância, quaisquer que sejam as técnicas empregadas na representação. A realidade para o artista gráfico não é algo dado, mas está mediada simbolicamente, i.e., sempre é representada e interpretada. Isto significa que os instantes figurados nos *cartazes de cinema* são produto de um ato seletivo, isto é, de uma escolha (o que imediatamente implica na relação do artista gráfico com seu assunto, uma avaliação, uma posição, uma perspectiva ou, ainda, um ponto de vista autoral), possuem autonomia de significação e que - à maneira

de *Demódoco* - são suscetíveis de reconstrução no momento de ser instaurados, com a ressalva, evidentemente, de cingir-se aos fatos. O valor individual do artista gráfico, como o do poeta antigo, consiste, assim, na mediação - *lugar de produtividade aberta* - e não na invenção, do ponto de vista da significância.

3

O cartaz do filme *Aguirre der zorn Gottes* de Werner Herzog estagna o instante no qual Flores jaz ao lado de *Don Lope de Aguirre*. Circunscrevendo-os ao universo do cartaz, identificamos três sujeitos. Primeiro, a figura de uma jovem mulher que veste roupas diferentes às contemporâneas e que, pelo fato de ter uma flecha encravada na altura do peito e os olhos abertos, supomos se encontra em transe de morte. Este sujeito, assim instaurado, atualiza o papel temático: *Moribundo*. Logo, uma figura masculina que veste casco, couraça e tem uma espada embainhada, atualiza um outro papel temático: *Conquistador*. Por último, o sujeito que atira a flecha, que está fora-de-campo, atualiza o papel temático: *Inimigo invisível*.



A relação entre estes sujeitos é delineada através da hipercodificação gestual da cena. *Aguirre, -o Conquistador-* segura a cabeça da *Moribunda* ao tempo que perscruta, com olhar aguçado, o fora-de-campo. A expressão do seu semblante e o gesto da sua mão direita fazem conotar um misto de irritação e impotência que contrastam com o gesto de abandono da mulher ferida que não parece esperar socorro, mas simplesmente a morte.

O cartaz anuncia, deste modo, o fracasso do herói. Se nos atemos à noção clássica e/ou romântica - as quais preponderam no imaginário coletivo - a função do herói seria salvar a heroína e a ilustração retrata, na postura *cinésica* do protagonista, a impossibilidade desta tarefa. A atitude do *conquistador*, revelada e afirmada no cartaz logo na ante-sala do cinema, exprime a noção de *anti-herói*. O espectador é, desta maneira, convidado a assistir ao relato do insucesso de *Aguirre*, insucesso que não é apenas importante, mas essencial no filme de Herzog.

A atualização plena do cartaz de cinema pelo espectador só é possível após a *fruição* do filme. Os interrogantes *a priori* propostos pelo cartaz de *Aguirre* (qual a identidade da moça? que relação tem com o protagonista? por que morre? morre mesmo? o que se passa no fora-de-campo? quem é o inimigo? etc.) serão desvendados pelo espectador ao assistir o filme.

Bibliografia

BETTETINI, Gianfranco. **Tempo del senso**: la logica temporale dei testi audiovisivi. Milán : Bompiani, 1979.

GENETTE, Gérard. **Nouveau discours du récit**. Paris : Seuil, 1983.

GOMBRICH, E.H. **Arte e ilusão**. Barcelona : G.Gili, 1979.

HOMERO. **Odisséia**. São Paulo: Melhoramentos, 1962.

KRISTEVA, Julia. **Polylogue**. Paris : Seuil, 1977.

NAGIB, Lúcia. **Werner Herzog, o cinema como realidade**. São Paulo : Estação Liberdade, 1991.

SCHMITT, Nicole. **Affiches françaises du cinéma muet**. Lyon : Inst. Lumière, 1984.

WEIMANN, Robert. **Structure and society in literary history**. Baltimore : Johns Hopkins, 1984.