

Enio Rodrigo Barbosa Silva

O design do filme - Inflexões estéticas acerca da cinevinheta e intertextualidade

Dissertação de Mestrado apresentada ao
Programa Interunidades de Pós-Graduação
em Estética e História da Arte
da Universidade de São Paulo
sob orientação do
Prof. Dr. **Victor Aquino**

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

Enio Rodrigo Barbosa Silva

O design do filme:
Inflexões estéticas acerca da
cinevinheta e transtextualidade

Dissertação apresentada ao
Programa Interunidades de Pós-Graduação em Estética e História da Arte
da Universidade de São Paulo
sob orientação do Prof. Dr. Victor Aquino

São Paulo, 15 de agosto de 2007.

Agradecimentos

Agradeço, primeiramente, à minha família e ao fato de sempre terem me ensinado o valor do aprendizado contínuo. Em especial um agradecimento à dona Celina Barbosa, senhora minha mãe. Esse mestrado é o primeiro de muitos títulos, menos pelo título e mais pelo caminho a ser trilhado até eles, como me ensinaram desde sempre, de diversas maneiras.

Agradeço também ao Prof. Victor Aquino por ter aceito meu projeto e por ter me acompanhado até aqui. Sem ele e suas idéias arejadas sobre as possibilidades de interação entre as diversas áreas de comunicação e artes, esse projeto seria impossível.

Gostaria de agradecer também ao Prof. Pelópidas Cipriano (UNESP - São Paulo) e Prof. Artur Mathuk (USP - São Paulo) pelas dicas valiosas no decorrer desse projeto. Ao prof. Aznar pelo apoio virtual. Conversamos algumas vezes ao telefone no decorrer desses anos, apesar de nos conhecermos pessoalmente, quando ele ainda estava na UNESP- Bauru, por motivos alheios a esse projeto. Suas dicas foram de grande valia. Seu trabalho sobre vinhetas foi a linha inicial sem o qual eu não poderia tecer a trama que compõe o atual projeto.

Um agradecimento muito especial à Prof. Paula da Cruz Landim (UNESP - Bauru) que me acompanhou desde a graduação, pelas minhas aventuras no ParqTec-São Carlos, e agora



no mestrado, e a qual tenho grande carinho e admiração. Uma grande profissional, amiga e mestra, que serviu de inspiração e apoio nas horas difíceis e que sempre esteve presente quando precisei.

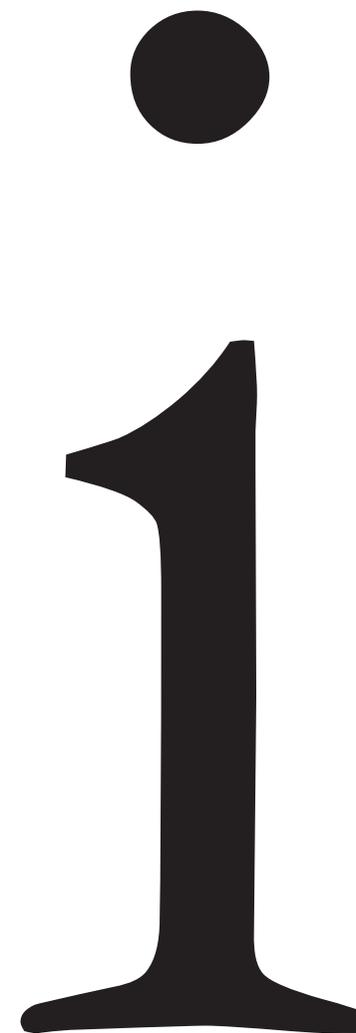
Outras pessoas e profissionais que me ajudaram nesses anos (não necessariamente diretamente com o projeto, mas sem as quais talvez eu não chegasse até esse ponto) como o Prof. Carlos Alberto Fortulan (UFSCAR) e o Prof. Sérgio Luz (Universidade São Camilo) também merecem minha atenção e reconhecimento. O primeiro pelo exemplo como pessoa e pela clareza de idéias como baliza para a curiosidade científica e o segundo por me apoiar profissionalmente nos afazeres paralelos ao curso de mestrado.

Pessoalmente também gostaria de agradecer a Napoleon Fujisawa, Vagner Godói, Cassiano Mendes, Angélica Muniz Valente e tantos outros grandes amigos que fizeram parte dessa história.

índice

Introdução	02
1ª Parte: Vinheta e Cinevinheta	
1.1. Vinheta - origens do termo	06
1.2. Vinheta - readequação	10
1.3. Cinevinheta - definição.....	11
1.4. Títulos de crédito.....	13
1.5. Trailer ou cinevinheta	15
1.6. Necessidade de novidades	16
1.7. Metáforas visuais	19
1.8. Classificações gerais	24
1.9. As quatro ondas das cinevinhetas	31
2ª Parte: De Saul Bass a Kyle Cooper	
2.1. Lazlo Moholy-Nagy e a Nova Bauhaus.....	40
2.2. Saul Bass	44
2.3. “The man who killed the popcorn time”	45
2.4. Início de Carreira	51

(continua)



3ª Parte: Transtextualidade e Cinevinheta

3.1. As categorias transtextuais de Gerárd Genette

aplicadas à cinevinheta79

3.2. Ler o filme82

3.3. Transtextualidade.....85

3.4. Cinevinheta como elemento paratextual.....86

Conclusão90

Bibliografia.....94

Anexos102

Introdução



A atual pesquisa nasceu de um trabalho anterior, apresentado como trabalho de conclusão na graduação do curso de Desenho Industrial – Programação Visual da UNESP-Bauru. Durante o referido trabalho, a respeito do trabalho do designer Saul Bass, notou-se uma grande falta de bibliografia consistente a respeito do que mais à frente definiremos como cinevinheta.

Tratada de forma secundária a cinevinheta, um “adendo visual” como alguns autores consideram, é um objeto cinematográfico em segundo grau referente a uma peça fílmica principal, dita em primeiro grau. Entretanto essa simplificação do termo não compreende a complexidade envolvida na sua gênese e desenvolvimento, nem mesmo na sua utilização como linguagem artística autônoma, observando uma gramática própria além de interesses e funcionalidades singulares.

A cinevinheta possui características de cinema, literatura, videoclipe, motion design, design gráfico, vídeo arte e o presente projeto se propõe, desde o início, a ampliar, mesclar, interrelacionar essas leituras, sobrepondo os conceitos ao invés de recortá-los e separá-los criando um campo mais inclusivo de reflexão. Como dissemos anteriormente a cinevinheta é um ato artístico/comunicacional em segundo grau, ou seja, relacionada com outra narrativa (no caso o filme) em primeiro grau, porém devemos discordar do termo secundária. Podemos falar que, em relação ao filme a cinevinheta vai ser colocar referencialmente - função conotativa – (ABS et al, p. 132) . Porém, tanto cinevinheta quanto o corpo principal da peça fílmica detêm funções diferentes quando temos em vista o ponto de partida do processo (técnico) de fazer o filme, no caso o roteiro que originará o filme. Nessa referência (a da cinevinheta com o roteiro e a do corpo principal do filme com o roteiro) a cinevinheta toma corpo poético - função denotativa – (idem).

A partir do momento em que o autor do filme (conceito tratado mais adiante) opta pela introdução da peça fílmica via cinevinheta, uma estratégia de leitura ou diálogo está sendo traçada e portanto compreender essas possibilidades de estratégias estéticas e inter-relações via uma base teórica (a metatextualidade, no caso) é uma tentativa de tirar a cinevinheta do âmbito secundário e criar um corpo de discussão mais amplo, situando-a no espaço como o das intermédias, obras de fusão conceitual conceituada por Dick Higgins (HIGGINS) - ou mesmo no encontro desses sincretismos com o pensamento funcionalista estadunidense - ou numa área de um “confim” artístico múltiplo (CALABRESE, 1999).

Para isso o presente trabalho foi dividido em três partes, compreendendo 1) uma base histórica anterior à cinevinheta e que levou ao seu surgimento; 2) uma base analítica dos processos e principais atores que contribuíram para o desenvolvimento da linguagem e de um cenário sensível a essa linguagem e 3) possibilidades de leituras críticas acerca do objeto em questão, tendo por base um hibridismo ou uma leitura multidisciplinar que fosse permeável a teorias da arte, comunicação, linguística e análise literária.

A partir dessas premissas apresentadas anteriormente, a pesquisa aqui apresentada espera definir alguns pontos, apresentar novos focos de discussão e apresentar questões possíveis acerca da cinevinheta, enxergando-a como um processo e um pensamento artístico e objeto interdisciplinar fruto da contemporaneidade, ainda em construção e desenvolvimento.

1ª Parte

Vinheta e Cinevinheta



1.1 - VINHETA – ORIGEM DO TERMO

A aparição da vinheta (e do próprio termo “vignete”, vinhedo) deve-se primeiramente à Bíblia em específico ao primeiro livro, o Velho Testamento, livro sagrado da tradição judaico-cristã. A videira era considerada, pelas religiões de base judaico-cristãs, como árvore sagrada, até mesmo divina, de cujos frutos se obtinha o vinho, tido como bebida dos deuses¹. É por esse motivo simbólico que sua imagem acaba por ilustrar diversas passagens na Bíblia.

Na idade média quando a Bíblia começa a ser reproduzida pelos monges copistas, estes acabam por adornar e ornamentar os textos considerados sagrados pela tradição católica. A arte da iluminura servia à Igreja como subterfúgio didático ao apresentar passagens do texto sagrado em forma de ilustrações e vinhetas, essas últimas ganhando mais detalhes

1. De acordo com o autor “A videira e seus frutos estão ligados à atividade mito poética do homem primitivo, no sentido natural da fecundidade, de vida, para pagãos e judeus, passando a um sentido transcendental de vida espiritual no pensamento cristão. Como homem primitivo tinha uma tendência para uma visão simbólico alegórica do universo, foi no íntimo de sua sensibilidade simbólica que a videira, a uva e o vinho se metamorfozaram, se especificaram, se definiram como elementos representantes de realidade individual e puderam entrar como imagens no mundo das artes, das letras e mesmo da doutrina religiosa cristã. Tornaram-se símbolos.” (AZNAR, 1997, p. 21)

por entre os emaranhados de galhos, folhas e cachos de uvas. O que não era aprendido na leitura era apreendido nos sentidos e simbologias dos floreados e desenhos.

É importante observar que entre os monges copistas haviam aqueles que ilustravam e aqueles que ornamentavam. Eram consideradas duas ações distintas as ornamentações (vinhetas, miniaturas, capitulares, ex-libris, etc) e as ilustrações (que ocupavam lugar de destaque).

A principal diferença estava na relação que a ornamentação e a ilustração tinham com texto: a primeira estava indiretamente ligada ao texto, compondo visualidades de maior complexidade interpretativa, ao contrário da ilustração que mantinha uma associação direta, literal, com o texto.

Essas características dos livros sagrados vão, de certa maneira, ditar a estética das primeiras publicações impressas. A chamada “vinheta” em editoração, deriva dos adornos que nos livros manuscritos contornavam esteticamente as ilustrações e capitulares decoradas que iniciavam os capítulos.

Nos primeiros impressos periódicos da história da tipografia é possível notar as capitulares e decorações de página como elementos já intrínsecos ao objeto livro. Mais tarde, com o surgimento dos tipos móveis, os “floreados” vão sendo deixados de lado sendo renegadas, por questões técnicas, apenas às publicações mais refinadas e de custo diferenciado para um público mais específico.

Nos anos 20, o termo “vinheta” vai acabar sendo adaptada pela mídia radiofônica, talvez na falta de outro termo apropriado. Observa-se que há realmente uma similaridade entre os termos. A vinheta de rádio é um adendo fantasioso caracterizado pela música e pela fala e que vai dividir dois espaços definidos (no caso dois espaços sonoros, sejam eles programas, espaços publicitários e outros), assim como fazia nas antigas bíblias onde indicava o começo de uma nova narrativa ou definia o espaço como um espaço de “não texto” (ou do corpo principal do texto, como veremos mais à frente).

Essa adaptação ilustra bem uma das características da vinheta quando adaptada aos meios de comunicação de massa: a de *“elemento decorativo que é acrescentado a uma forma pronta”* (AZNAR, p. XX). Entretanto o termo “decorativo” não descreve a de maneira própria o que, ao entender desse projeto, poderia ser caracterizado de vinheta. Mais que adorno o elemento vinheta guarda um diálogo muito próximo com o “texto” ao qual é agregado, entendendo “texto” na concepção de Umberto Eco, seu sentido como processo e sua comunicabilidade a partir de uma experiência estética, e a relação de texto com a semiótica do signo - relação correlativa - (1984, p. 25) . *“Em um sistema semiótico bem organizado um signo já é um texto virtual, e num processo de comunicação um texto nada mais é que a expansão da virtualidade de um sistema de signos.”* (ECO, 1984, p. 4)

No cinema o termo foi adaptado para designar as “aberturas” dos filmes, que traziam os créditos e a ficha técnica e não será diferente do que aconteceu com o termo no rádio: a vinheta apresentar-se-á como elemento agregado, seja ao programa de televisão seja ao filme pronto, servindo como ponte de referência para o início da trama ou do

corpo fílmico principal . Em termos práticos a “vinheta de cinema” deve direcionar a atenção dos espectadores ao que vem a seguir, excitá-los de alguma maneira, deixá-los na expectativa do próximo bloco de informações. A “vinheta” é um devir do próximo horizonte de expectativas que será desenhado a partir de então.

E como explicar essa migração do termo e do conceito “vinheta” para esses meios? Poderíamos entender que cada novo meio de comunicação de massa, em dado momento do seu início, se apropria das estruturas narrativas do meio hegemonicamente aceito ou consumido pela maioria da massa de público. Da mesma forma que nos primórdios da TV é possível notar uma clara estrutura herdada do rádio, também poderíamos afirmar que no cinema clássico, mais especificamente o cinema estadunidense, desde os experimentos mais antigos com imagens em movimento, percebe-se que a ligação com a linguagem literária na construção da linguagem cinematográfica (COSTA, 1995). Não há toa D.W. Griffith, considerado pai do modelo de cinema americano, começa seu estrelato transpondo para a tela folhetins popularescos da época (WILSON, 2001). Esse diálogo entre literatura e cinema é antigo:

“A imagem penetrou no texto. Ela tirou proveito de notáveis inovações gráficas do começo do século XIX: litografia, autografia, gravura de madeira de ponta, fotografia, mas sobretudo, do verdadeiro desejo de imagens que vai a par com elas. O texto que se oferecia por volta de 1830 - além disso para um público restrito - vinhetas introdutórias e por volta de 1850 e 1860 - em um circuito popular já então - ilustrações

gravadas, progressivamente dá lugar a uma efusão cinematográfica dos anos 20 desse século, a um novo sistema de colocação em imagens: os fotogramas (eventualmente concebidos à parte) vão servir de material iconográfico a um romance que não faz mais parte do mundo do jornal, mas que acompanha o filme. “ (GRIVEL, 2000, p 39-40)

Baseado na ideia de Benjamin² (1935, p. 165-196) das linhas evolutivas nas intersecções entre arte e técnica, e de que a vinheta é elemento que “migrou” ou “evoluiu” de um linguagem para outra, assim como o cinema, desenvolveu vida própria na nova mídia que a absorveu. O seguinte trabalho se propõe a construir um breve histórico da “vinheta” no cinema, dos principais personagens nesse histórico, de algumas categorizações e da relação transtextual desse elemento com o corpo principal da obra fílmica.

1.2 - Vinheta – readequação

Inicialmente o termo Vinheta Cinematográfica pareceu ser o termo mais interessante para designar o objeto de estudo em questão. Entretanto o uso de uma novo termo talvez seja mais interessante, ao passo que livra o objeto de um termo carregado de associações cristalizadas.

Foi cogitado algumas variações:

- **Motion graphics** ou **Title Design**, termo que além do anglicismo é amplo e ligado a diversas áreas das artes e design e que poderia gerar confusão.

2. Walter Benjamin, em seu clássico texto sobre as mudanças que a invenção da fotografia e do cinema teriam provocado na natureza da arte e na percepção humana, identifica três linhas evolutivas nas intersecções entre arte e técnica: em primeiro lugar, a técnica atua sobre uma certa forma de arte; em segundo, as formas artísticas tradicionais tentam produzir efeitos que adiante serão obtidos mais fácil e eficazmente pelas novas formas; em terceiro, transformações sociais acarretam mudanças na recepção, posteriormente utilizadas pelas novas formas de arte. (BENJAMIN, pp. 165-96)

- **Design em movimento:** de novo um termo amplo que esbarra em algumas cristalizações de termos já cunhados.
- **Cinetítulos:** um neologismo que poderia funcionar, especialmente em se tratando de uma variação que faz uma ligação com o termo em inglês (title design) porém descartada, pois para esse trabalho o termo “título”, como será explicado na Parte 3 posteriormente, tem várias limitações.

O termo mais adequado nos parece ser, então, **Cinevinheta**. Talvez o termo que mais se aproxime do original, agregando um prefixo que garante o ineditismo do termo e uma maleabilidade na definição, determinando uma distância mínima no termo cunhado anteriormente.

1.3 - Cinevinheta – definição

Sendo assim, o presente projeto se referirá ao que Aznar chamou de “vinheta de cinema”, como cinevinheta quando se referir às sequências iniciais dos filmes, que trazem os créditos e a ficha técnica principal (diretor, produtores, atores principais e que podem também trazer diretores de fotografia, designers de roupas, etc, variando de acordo com cada filme).

Geralmente são animações ou peças especialmente desenvolvidas para um filme e que servem de suporte para os créditos iniciais e o título de uma obra cinematográfica. Dificilmente ultrapassam alguns minutos e se situa, normalmente, no espaço pré-genérico ou pré-diegético do filme, ou seja, nos momentos anteriores a imersão do espectador no ambiente ficcional autônomo da obra cinematográfica (COSTA, 1995, p. 7).

A cinevinheta serve de ponte entre o ambiente de fora do filme e o ambiente ficcional. Também é importante frisar que nem sempre a primeira cena de um filme é uma cinevinheta, mas uma primeira sequência, que pode ou não ser uma cinevinheta.

Os créditos contidos numa cinevinheta podem ser primários e secundários. Primários, onde as informações mais “importantes” como diretor, produtor, atores principais, diretor de fotografia, etc, e a secundária, os mesmos da primária e ainda todos os outros trabalhadores que compõe o “*organograma daquela complexa empresa que é a realização de um filme*”. (COSTA, 1985, p. 36)

Também é possível incluir outros três elementos básicos que compõem a cinevinheta: trilha sonora (diálogo, música e efeitos sonoros), imagens em movimento ou paradas, essa última em plano de fundo e, finalmente, tipologia, definida como as informações escritas com letras. Qualquer um desses elementos pode ou não ser visto em uma cinevinheta, mesmo a tipologia, considerada a principal, pode aparecer ou não. Um exemplo de

cinevinheta onde não há o uso da tipologia: em M.A.S.H. de Robert Altman (1970), os créditos são apresentados oralmente com o uso de um megafone.

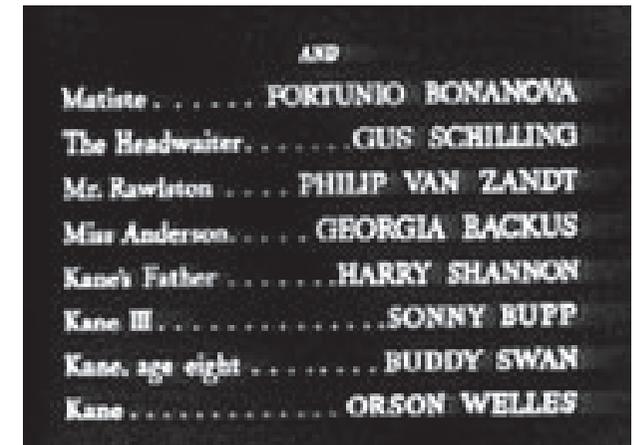
1.4 - Títulos de crédito

É possível dizer que a gênese da cinevinheta foram os textos dos filmes mudos, feitas em papel cartão impresso e fotografado para depois serem incorporadas aos filmes. Eram nesses cartões que eram incluídos os diálogos, além de apresentados aos espectadores informações sobre passagem de tempo, local ou informações sobre as cenas.

Esses cartões impressos tinham função estritamente funcional. O suporte precário, basicamente imagens em alto contraste, tinha baixo custo e era meramente informativo, apesar da atenção dispensada pelos profissionais contratados, os quais muitas vezes sabiam pouco mais que o gênero do filme (MCCORT).

Com o passar dos anos as funções desses cartões se segmentariam em diversas categorias como legendas, intertítulos e os créditos (fig. 1), que aumentavam a cada ano a listagem de profissionais envolvidos ou profissões criadas dentro da estrutura da indústria cinematográfica americana.

De acordo com os Sindicatos da época, as fichas técnicas com todos os envolvidos na produção, deveria ser apresentada ao público antes do filme, criando longas sequências, normalmente musicadas com o tema principal da trilha sonora.



(fig. 1, fonte: arquivo pessoal do autor)

Com a evolução do modelo de cinema norte-americano, esses cartões começaram a ter a função de transição entre os seriados, desenhos animados ou *trailers* apresentados antes do filme, com a responsabilidade de apresentar o título do filme, o nome do diretor (fig. 2) e também a ficha técnica. (COUNTS)

A separação entre o conteúdo dos créditos (equipe, título do filme) e a sua forma (cartões de título) é indicada por Katz.:

“Desde o início dos anos 50 tem havido uma tendência para substituir listagens diretas de créditos por métodos mais imaginativos envolvendo superposição sobre cenas de ação, visuais ousados, animação e efeitos especiais.” (KATZ, 1998, p. 306)

Nesta separação está implícito que o conteúdo e a forma podem desenvolver-se de maneiras distintas e serem afetadas por fatores variados. Na história dos créditos (e conseqüente da cinevinheta) vemos nitidamente isso: conteúdo e forma transformaram-se em paralelo. Os créditos vão, aos poucos, se libertando de serem apenas um compromisso informativo, e progressivamente sofisticando-se na apresentação dos conteúdos, caminhando para o aparecimento da cinevinheta.

Essa sofisticação dos créditos colocou diversas outras questões aos profissionais criativos dessa área. Era necessário agir cooperativamente com a equipe que realizava o filme e o tema da obra para que o crédito/cinevinheta ajudasse a introduzir o espectador no



(fig. 2, fonte: arquivo pessoal do autor)

universo da obra e motivá-lo a assistir ao filme. De acordo com Bass *"Making a main-title was like making a poster—you're condensing the event into this one concept, this one metaphor...a backstory that needs to be told or a character that needs to be introduced."* (COUNTS)

Contribuiu também com essa sofisticação dos créditos em sequências mais complexas o "Scenic and Title Artists Local 816"³ de 1949, documento da International Alliance of Theatrical and Stage Employees (IATSE) que regularizava os profissionais de cenografia e créditos, obrigando os estúdios a montarem os Departamentos de Arte. Isso contribuiu para uma maior profissionalização e integração entre os diversos setores dos estúdios estadunidenses, mesclando profissionais que tinham grande conhecimento de animação, efeitos especiais e cultura visual.

Emily King, sinaliza que a combinação do fato da ficha técnica ter ficado maior por obrigação contratual, somando mais tempo à duração dos créditos, e o fato do reconhecimento do "title designer" contribuiu para uma sofisticação da cinevinheta (KING).

1.5 - Trailer ou cinevinheta?

A confusão entre esses dois temas é compreensível, entretanto é interessante assinalar suas diferenças. De acordo com Anthony Samangy (2003):

3. Atualmente esses profissionais são representados pela "Art Directors Guild & Scenic, Title and Graphic Artists Local 800" (www.artdirectors.org).

“Trailers were originally referred to as coming attractions. They are shown before the feature presentation in a theater to a select, captive audience. Their purpose is to announce a particular film to this select target audience. When presented correctly, they are very effective. A trailer is a marketing and advertising tool used to spread the word of an upcoming movie. It is part of the whole marketing system built for each movie, and is probably the most memorable.” (p. 10)

Já a cinevinheta, apesar de se apresentar também com um desdobramento dessa ferramenta de marketing se distancia do trailer ao oferecer sua narrativa a um espectador que já está se preparando para imergir em um peça fílmica já previamente escolhida. Não é mais uma ferramenta de venda, mas uma ferramenta de preparação para um diálogo intelectual entre uma objeto e um fruidor atento ou reincidente no contato com a obra.

1.6 - Necessidades de novidades

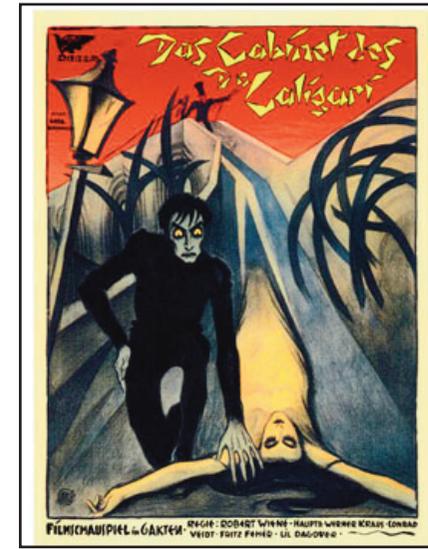
Entre meados da década de 50 até o final da década de 60 havia uma tendência entre os filmes norte-americanos comerciais de se usar cinevinhetas que estivessem afinadas com o estilo gráfico em moda (KING). As cinevinhetas que faziam parte dessa tendência eram bem distintas dos créditos tradicionais de Hollywood, uma linguagem gráfica tradicional que havia sido usada nos grandes estúdios durante todo o início do século XX, usada com pequenas modificações para se adaptar ao advendo do som, cor e outros desenvolvimentos tecnológicos e usadas como sequências de créditos pelos estúdios até o começo de 1950. Nessa época os estúdios de Hollywood mantinham os “title makers”

nas oficinas. Esses letristas provavelmente tinham vindo de oficinas que pintavam cartazes para o comércio e essas cartelas de créditos eram derivações dos cartazes pintados à mão tradicionais do século XIX. Essa linguagem era tão utilizada que até os memorandos das equipes de produção usavam esses elementos nas capas.

Isso não queria dizer que esses créditos anteriormente usados eram sempre uniformes. Havia nessa linguagem “clássica” anterior, tímidas variações. Enquanto os westerns usavam uma tipologia parecida com as usadas nos cartazes de “procurado”, os créditos iniciais dos filmes românticos usavam letras rebuscadas e as comédias costumavam usar letras pintadas displicentemente. Mas apesar dessas tipologias tradicionais serem muito eficazes para comunicar o gênero, não havia nenhuma interação entre texto e imagens. Podiam ser desenvolvidas totalmente separadas. As palavras normalmente eram pintadas em branco com uma sombra projetada sobre uma imagem estática ou uma gravação de um fundo neutro qualquer (como uma folha de papel ou uma paisagem sem muitos detalhes).

E assim como Hollywood tinha desenvolvido um padrão para os créditos, também os pôsteres tinham os seus modelos. Ao contrário da Europa que havia assimilado o estilo muito mais moderno, até a década de 50 os posters de filmes norte-americanos matinham o formato de letras tradicionais sobre fotos realistas de ápices dramáticos encenados.

Tome-se como exemplo o poster para “O Gabinete do Doutor Caligari” (Robert Wiene, 1929, fig. 3), um filme de horror alemão de que flertava com o modernismo



(fig. 3, disponível em <<http://www.geocities.com/Hollywood/Set/9078/cindex.htm>>, acessado em 18/02/2007)

na cenografia. A distância entre os dois estilos fica latente vendo o pôster do filme estadunidense “What a Widow” de 1930 (fig. 4).

Mas apesar do crescimento dos filmes independentes nas décadas de 30 e 40, depois que o governo americano obrigou os grandes estúdios a venderem sua rede de distribuição (grandes redes de cinema por todo o país), o período entre o final dos anos 50 e começo dos 60 a indústria Norte Americana entrou em crise, principalmente pela concorrência com a televisão.

A resposta veio na forma que Penélope Houston, descreve como sendo o conceito de um filme *blockbuster* (“arassa quarteirão”) e que deveria fazer com que o espectador quisesse impacientemente ir a um cinema: “*A film running not less than a hundred and fifty minutes, shot in colour, or in some big screen process, or both, shown initially on a ‘hard ticket’ or ‘roadshow’ basis.*” (HOUSTON, 1963, p. 70)

Esses filmes tinham orçamentos altos, com grandes campanhas publicitárias e, entre outros detalhes que pudessem compor uma experiência totalmente diferente da TV, estava não incomodar o público ao apresentar as longas sequências de créditos defendidas pelos sindicatos. Uma saída foi criar condições para que os responsáveis pelas cinevinhetas tivessem cada vez mais liberdade experimental. Assim a cinevinheta ia se tornando mais complexa e aos poucos, mais metafórica.



(fig. 4, fonte: disponível em < <http://www.missingfilm.com/> > acessado em 18/02/2007)

1.7 - Metáforas Visuais

A cinevinheta é composta basicamente metáforas visuais. Ehses e Lupton (1988) afirmam que uma metáfora é uma “*comparação implicada entre dois objetos sem nada em comum que têm alguma similaridade estrutural*” (p.18). Durante o filme o espectador tem a oportunidade de fazer essa comparação ao longo do tempo, ou em uma segunda leitura da obra.

Para facilitar a compreensão da metáfora, o ponto de onde ela parte precisa ser conhecido e compartilhado pelo autor e pelo leitor. Um elemento colocado na cinevinheta de abertura precisa, portanto, ser recordado e comparado com outros apresentados freqüentemente, vários minutos depois no filme, para que a leitura da metáfora seja possível.

A cinevinheta é uma porta de entrada ao universo do filme e justamente por mesclar o potencial da comunicação gráfica exterior ao filme com linguagem do cinema, pode apresentar mensagens visuais distintas do resto do filme, não necessariamente fiéis a uma referência indicial de cenas, atores, tramas e situações dramáticas. Ou seja, o potencial da linguagem audiovisual se amplia na cinevinheta.

Embora seja óbvio que a construção de metáforas visuais também seja presente e possível sem textos gráficos em cena (vide exemplo do filme *M.A.S.H.*, anteriormente citado), os créditos parecem favorecê-los ao trazer influências de uma maior síntese da informação

presente em peças gráficas publicitárias ou de videoclipes por exemplo.

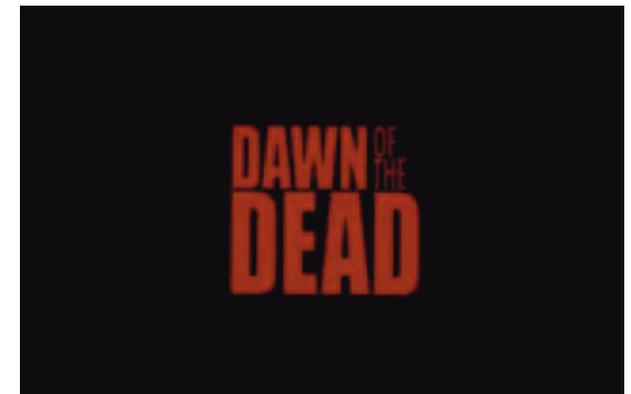
Essencialmente, todo elemento presente em um filme pode ser interpretado de diversas maneiras, inclusive como uma metáfora. Ela, no entanto, depende de um texto coerente e coeso para se revelar ao espectador. Em filmes onde a metáfora acaba sendo uma síntese gráfica animada da história da obra, como em “Prenda-me se For Capaz” (Steven Spielberg, 2004, fig. 5a-j) o tempo até a comparação acontecer é maior. Isto tende a valorizar o crédito mais por seus atributos estéticos que pela capacidade de síntese e interpretação da obra, ainda que quem assista ao filme pela segunda vez perceberá vários elementos que passaram despercebidos inicialmente na cinevinheta.

Uma outra forma de metáfora, está presente nos créditos do filme “Madrugada dos mortos” (Zack Snyder, 2004, fig. 6a-i). Nele, a metáfora se dá entre as imagens e a tipografia que identifica título, elenco e equipe. A escolha das fontes enfatizam a idéia de que a morte (ou o sangue) estará presente durante todo o filme. As fontes não padronizadas, que escorrem pela tela sugerem velocidade com que os protagonistas terão que se confrontar durante a sua luta pela sobrevivência num cenário aterrador e desesperançoso.

Outros exemplos de metáforas expressas com tipografia estão em filmes como “Homem-Aranha” (Sam Raimi, 2002, fig. 7a-j), onde o movimento das palavras indica a agilidade do protagonista, bem como a fonte conta com traços semelhantes às de quelíceras do inseto ou então em “Seven” (David Fincher, 1995, fig. 8a-j), com os créditos iniciais



(fig. 5a, fonte: arquivo pessoal do autor)



(fig. 6a, fonte: arquivo pessoal do autor)



(fig. 7a, fonte: arquivo pessoal do autor)

desenhados com elementos manuais (rabiscos, recortes, colagens) indicando o mesmo trabalho paciente que o antagonista da história se propõe em seus assassinatos.

Nem sempre, contudo, os textos gráficos precisam ser metáforas dos filmes. Em boa parte deles são outros critérios que guiam a escolha do tipo de letra a ser utilizado: orçamento, por exemplo (Björkman, 1993). É preciso lidar com critérios como legibilidade, gastos, prazo e bagagem cultural dos envolvidos na realização do crédito estão sempre presentes.

1.8 - Classificações gerais

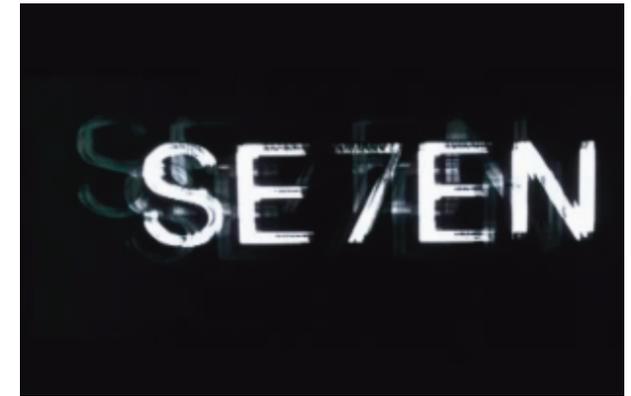
A partir de alguns exemplos indicados até agora, aqui a pesquisa se propõe a fazer possíveis classificações e subdivisões dos modelos de cinevinhetas mais comuns, afim de tentar categorizar para possíveis futuras citações, neste ou outros trabalhos:

- **Cinevinheta Destacada ou Integrada**

A primeira classificação diz respeito a linguagem usada: quando essa se apropriar da peça fílmica em si, podemos chamá-la integrada, como acontece por exemplo em “Quarto do pânico” (David Fincher, 2003, fig. 9a-f). Quando nitidamente for usada uma outra linguagem gráfica que não possui essa ligação com a malha de imagens do filme, chamaremos destacada, como em “Preda-me se for capaz”.

- **Cinevinheta tipográfica**

Além da possibilidade de destaque ou integração podemos ter ou não



(fig. 8a, fonte: arquivo pessoal do autor)



(fig. 9a, fonte: arquivo pessoal do autor)

um trabalho mais elaborado com os caracteres usados para escrever os créditos e títulos,

Quando esses elementos forem dominantes do ponto de vista estético chamaremos tipográfica, podendo ser predominantemente tipográfica. Dois exemplos possíveis são “Homem Aranha” e “Madrugada dos mortos”, citados anteriormente.

- **Cinevinheta de Abertura ou Cinevinheta de Finalização**

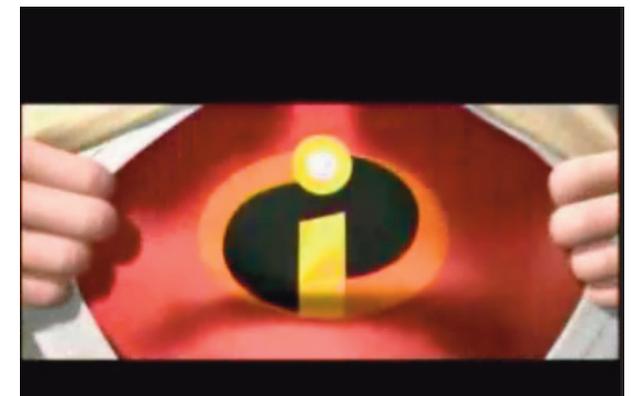
Quando contida no começo (não necessariamente na primeira cena) ou na parte final da peça fílmica chamaremos cinevinheta de abertura para o primeiro caso (são exemplos os filmes citados nos itens acima) ou cinevinheta de finalização, para o segundo, respectivamente. Temos exemplos em filmes como “Desventuras em Série” (Brad Silberling, 2005, fig. 10a-j), “ Os incríveis” (Brad Bird, 2005, fig. 11a-j), e um clássico de Saul Bass, “West Side story” (Robert Wise, 1957, fig. 12a-j)

- **Créditos**

A listagem da ficha técnica contida comumente na parte final da peça fílmica, normalmente sobre fundo preto com a listagem de personagens, respectivos atores, ficha técnica, agradecimentos e dizeres jurídicos chamaremos créditos, ao invés de “cartela de informação” como indicam Marcos Buccini Pio Ribeiro e Cristiana Santiago Tejo (2004, p. 3).



(fig. 10a, fonte: arquivo pessoal do autor)



(fig. 11a, fonte: arquivo pessoal do autor)



(fig. 12a, fonte: arquivo pessoal do autor)

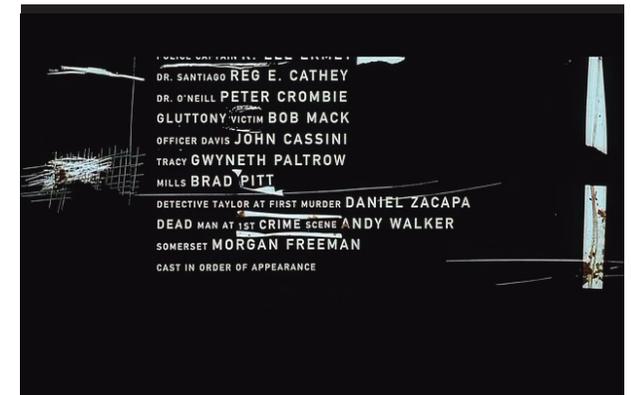
Os créditos podem ou não ter elementos gráficos que dialoguem com a cinevinheta do filme. Um exemplo onde esses dois elementos dialogam pode ser observado nos créditos finais de “Seven” (fig. 13a-f, diferentemente da maioria dos créditos onde não existem elementos que diálogo, somente o texto em letras padrão.

1.9 - As quatro ondas nas cinevinhetas

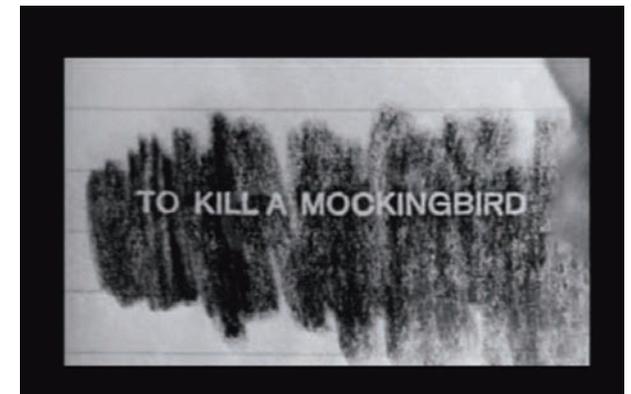
De acordo com Marcos Buccini Pio Ribeiro e Cristiana Santiago Tejo existem quatro períodos da história das cinevinhetas e que são chamados, pelos autores, de “ondas”, talvez uma alusão a determinados modismos gerados por cada uma das gerações de artistas e que influenciaram demais artistas em suas épocas.

É possível dizer então, que Bass inaugurou a primeira onda, considerando a sua contribuição para o gênero de modo a popularizar entre os espectadores comuns e chamar a atenção para as possibilidades estéticas possíveis dentro do exíguo tempo (comparativamente à totalidade do tempo da obra fílmica) das apresentações das informações técnicas da produção exigidas em contrato.

“O sol é para todos” (1962, fig. 14a-j) do diretor Robert Mulligan, com a cinevinheta de Stephen Frankfurt em 1962, é considerado como o começo da segunda onda. A cinevinheta de Frankfurt construía uma narrativa arrojada diferentemente de Bass. Frankfurt optou por uma filmagem que se utilizava da textura fílmica (mesmo estilo de



(fig. 13a, fonte: arquivo pessoal do autor)



(fig. 14a, fonte: arquivo pessoal do autor)

câmera e filme), ao contrário do estilo de Bass, que se utilizava do recurso de animações ou truques visuais e costumava, na maioria dos seus filmes, separar totalmente suas obras do filme, deixando latente o espaço de separação entre ambos.

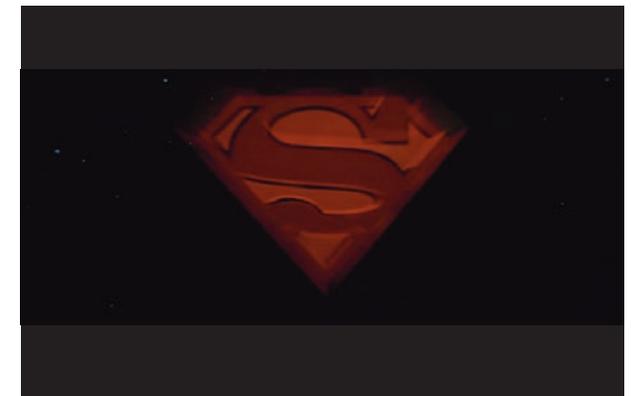
Entretanto é importante salientar o trabalho de Maurice Binder, que não é citado pelos autores como centro de uma “onda”, responsável pela criação do estilo das cinevinhetas dos filmes de James Bond (fig. 15a-j). Binder já se aproximava do atual modelo de transição e apropriação da cultura pop de fora do âmbito do filme para introduzir uma peça fílmica, características nítida do modelo de cinevinhetas de filmes comerciais americanos tradicionais atuais .

A R/GA (dos irmãos Greenberg) foi responsável pela terceira onda. A R/GA se caracterizou pelo uso de computação gráfica e por ser um dos primeiros estúdios especializados no desenvolvimento de cinevinhetas. A vinheta de “Superman” (Richard Donner, 1978, fig. 16a-i) por exemplo foca-se simplesmente na apresentação tipológica dos créditos, porém adicionando uma série de efeitos gerados por computador, novidade na época. A sequência é longa e demorada, porém a atenção do público era captada pela coreografia da tipologia agregadas de efeitos especiais caríssimos na época, mostrando já de início que a obra tinha dimensões épicas, proporcional à popularidade do personagem.

A fundação da R/GA caracteriza uma guinada no sentido de não haver mais grandes nomes ligados às cinevinhetas, mas grandes estúdios de produção, especializados, sintonizados com o modelo de produção que fizesse a ponte entre a estética publicitária televisiva e o cinema.



(fig. 15a, fonte: arquivo pessoal do autor)



(fig. 16a, fonte: arquivo pessoal do autor)

E finalmente coube aos fundadores da Imaginary Forces, Kyle Cooper, Peter Frankfurt e Chip Houghton, a tarefa de revitalizar as aberturas de filmes como arte na década de 90 sinalizando a “quarta onda” (RIBEIRO, 2004, p. 7). Kyle Cooper, é citado em diversos artigos e reportagens como o herdeiro de Saul Bass. E a transição entre gerações não poderia ter sido mais poética, com Cooper sendo substituído no trabalho de “Os bons companheiros” (Martin Scorsese, 1990) por Bass, e esse, mais tarde, contribuindo com a idéia central de “A ilha do Dr. Moreau” (John Frankeheimer, 1996, fig. 17a-j)

No caminho para se tornar o elemento que conhecemos hoje foram muitas as reinvenções pelas quais a cinevinheta passou durante todos esses anos. Cada nova “onda” ou conjunto de autores responsáveis pela reformulação da linguagem, experimentações visuais ou introdução de novas técnicas contribuiu para o avanço da linguagem da cinevinheta. Em determinados momentos esses autores também foram responsáveis por não deixar o elemento cair em desuso ou se organizar para manter viva a memória da cinevinheta (como é o caso da Design Films, organização fundada em 1999 em Los Angeles, E.U.A.).

A seguir o trabalho se foca no autor-ícone da cinevinheta, Saul Bass, o artista gráfico mais citado até agora em todos os textos referentes ao tema. Sua história ajuda a contar mais um pouco da história da cinevinheta



(fig. 17a, fonte: arquivo pessoal do autor)

2ª Parte

De Saul Bass a Kyle Cooper



2.1 - LAZLO MOHOLY-NAGY E A NOVA BAUHAUS

O marco para a história do design é a escola Bauhaus, fundada na Alemanha em 1919 que contribuiu significativamente para a definição do papel do designer. A escola se propôs a promover a união entre arte e técnica, valorizando a expressão pessoal do designer na concepção dos produtos, consolidando o que Thomas Maldonato chamou de “funcionalismo técnico-formalista”. (1993, p. 68).

De lá saíram os pioneiros do ensino científico em design. Dentre eles podemos citar nomes como Walter Gropius (primeiro diretor da Bauhaus), Paul Klee e Lazlo Moholy-Nagy. Mais tarde, durante a ascensão nazista, muitos professores optaram pelo exílio e um pequeno grupo fundou (com a ajuda de industriais norte-americanos) a chamada “*New Bauhaus*” na cidade de Chicago, nos EUA, que depois seria rebatizada de School of Design e finalmente *Institute of Design of Illinois Institute of Technology* .

Tradicionalmente o modernismo americano é visto como não-ideológico, em contrapartida ao modernismo teórico europeu. King diz que *“quando o Modernismo foi finalmente integrado a uma prática comum no design, tanto sua estética quanto sua base conceitual foi significativamente alterada”* e o processo envolveu a transferência de uma estética puramente visual em oposição a um malha ideológica. Ela conclui que enquanto o design europeu é *“teórico e funcional”*, a contrapartida americana é *“pragmática e visual”*. Isso de certa forma mostrava a que procura por uma finalidade comercial despia o design de uma motivação ideológica.

Essa fé nas forças do mercado iam de encontro aos princípios defendidos pelos modernistas europeus da Bauhaus. Em seu livro *“Visions in Motion”* (1947), publicado postumamente, Moholy Nagy insiste na idéia do artista *“ter que tomar partido e proclamar sua posição. Ele define seu ultimato: “Para redirecionar o mundo industrial através do equilíbrio entre a existência humana biológica e a atual sociedade industrial, e criar uma economia planejadamente cooperativa”* (NAGY apud KING, tradução do autor).

É claro que esses ideais se opunham aos ideais da maioria dos designer americanos no período pós-guerra. Mas Moholy Nagy acreditava que essa ideologia, de que um universo modernista deveria se apropriar da tecnologia consciente de suas obrigações.

E era esse desejo de Moholy Nagy, de experimentar as novas tecnologias, que o trouxe para perto do cinema. Ele sugerira que *“pintura, fotografia, cinema e televisão, eram partes de um único problema, independente de suas técnicas serem completamente diferentes”*

(idem), e começou uma jornada pessoal na exploração das “*características visuais e elementos perceptivos*” (NAGY apud KING, tradução do autor) que compunham as peculiaridades técnicas do filme.

Em *Painting Photography Film* (1969.), publicado inicialmente na Alemanha, em 1925, Moholy Nagy argumenta que “a câmera nos possibilitou possibilidades fabulosas, que estamos apenas começando a explorar”. “*Parece-me indispensável que nós, criadores de nosso tempo, continuemos a trabalhar com tecnologia de ponta*” continua (idem).

Gyorgy Kepes compartilhava desse entusiasmo de trabalhar o estilo contemporâneo em mídias modernas. No livro “*Language of vision*” (1995), ele sugere que “*a invenção da imagem em movimento abriu a possibilidade de impensáveis possibilidades e flexibilidade de organizações rítmicas.*” (ibidem)

Saul Bass foi discípulo de Kepes no Brooklyn College nos primórdios da década de 40 e afirmou que o livro de Kepes teve grande influência sobre sua obra. A partir dessa formação, a extensão do trabalho gráfico de Bass na película fílmica pode ser visto como um passo natural.

Particularmente sobre seu trabalho em filmes, Bass se tornou um dos mais importantes designers gráficos em atividade entre 1950 e 1960. Ele foi um dos mais proeminentes e ativos designers de sua geração e frequentemente escrevia artigos sobre seu trabalho em revistas como a *Print* e a *Graphis*.

Com uma formação modernista da School of Design de Chicago ele também era entusiasta da produção Hollywoodiana e de sua narrativa nada modernista criticada por Moholy Nagy e Kepes. Bass podia estar preparado para o seu trabalho com cinema, mas ele não compartilhava as visões de futuro de seus professores. A isso podemos, de certa forma, associar ao pensamento funcionalista americano que permeia as discussões sobre a arte moderna americana e que estão, de acordo com Argan (1993) mais ou menos explicitamente prefigurados na arquitetura de Frank Lloyd Wright, ou seja “1) a concepção do espaço como criação humana, dimensão da existência, que a própria existência determina com sua atuação; 2) a concepção da arte como um gesto, com a qual se afirma simultaneamente a existência indissociável do sujeito e da realidade; 3) a adoção na imagem artística de materiais ou elementos extraídos diretamente da realidade; 4) a tensão entre operação artística e operação tecnológica; 5) o poder, que o artista se atribui, de impor às coisas um significado diferente daquele que lhe é habitualmente conferido, e de transformar a obra de arte num ato que intensifica e aumenta o valor da existência” (p. 300).

Talvez a partir dessas premissas, é que Bass tenha formulado suas próprias teorias para validar seu trabalho através do cinema. Ele era repetidamente questionado em entrevistas a respeito da subserviência de seu trabalho ao filme. Ele acreditava que o filme deveria ser respaldado pelas sequências de abertura, estabelecendo um contexto emocional e histórico e criando uma relação com a audiência.

Essa crença de Bass de que seu trabalho tinha uma função mais complexa no filme era derivada de sua formação acadêmica mais européia, que via na simplicidade e objetividade uma apropriada forma de comunicação trazida para a platéia norte-americana.

Assim como Moholy Nagy, Bass acreditava que um problema o ajudava a solucionar outro. Falando sobre seu trabalho com identidades corporativas e que mais tarde se especializaria, por exemplo, ele dizia *“the transition from the film metaphors to corporate identity was really quite logical because to the extent that the symbol for the film was a metaphor for the film the trademark for a company is a metaphor for a company”*. (HASKIN, p. 14)

Ele argumentava que seus talentos, exercitados tanto em mídias estáticas e em movimento estavam conectadas de alguma forma. Por mais especificidades que houvesse, uma ajudava a complementar a outra. Não à toa que Bass foi o grande artista de transição dos velhos cartões de créditos para a cinevinheta.

2.2 - Saul Bass

Saul Bass, designer norte-americano, foi um dos primeiros a fazer do “momento de comprar pipoca” (LIBERTI, pg 10-11), ou seja o momento anterior ao filme onde as cortinas dos cine-teatros ainda se mantinham fechadas, em um espaço de experimentação visual. Entretanto sua importância maior está em ter sido o primeiro a assinar uma

cinevinheta, tornando-se publicamente conhecido por seu trabalho e também por ter continuado por vários anos na função, influenciando novos profissionais e construindo uma linguagem visual muito própria.

Parece apropriado que essa pesquisa aborde a história e a produção artística desse profissional e de outros que comprovadamente contribuíram para a história da cinevinheta.

2.3 - “The man who killed the popcorn time”

Quando Saul Bass morreu de câncer em 26 de abril de 1996 ele deixou uma conjunto de obras admirável e único. Durante quatro décadas de trabalho, que abrangeu todas as áreas gráficas, seus trabalhos deram cara e alma à diversos produtos, fossem copos descartáveis, companhias aéreas ou filmes que marcaram época. Seus talentos múltiplos explica-se pela sua própria trajetória pessoal no aprendizado artístico.

Filho de judeus russos, Bass nasceu em 1920, nos EUA, mais precisamente em Nova York. Foi lá que, pintando ofertas em vidraças de lojas começou sua trajetória pessoal na direção de se tornar um dos pouquíssimos diretores de cinevinhetas, reconhecido e admirado não só pelos colegas de profissão, mas também por um público mais geral.

Começou seus estudos em design gráfico e artes durante a Crise de 1929. Estudava arte em um curso noturno no “The Art Student’s League”, sob a tutela de Howard Trafton,

trabalhando, durante o dia como artista autônomo, especializado em pintar anúncios em fachadas de cinema e cartazes de promoção em lojas de departamento. Mas o período de estudos na Brooklin College será o mais fecundo para sua formação profissional. Seus fundamentos sobre o design Modernista virá principalmente o contato que teve com Gyorgy Kepes, escritor e teórico. Kepes, com a ajuda de László Moholy-Nagy, imigrou para os Estados Unidos nos anos trinta e era um dos alicerces teóricos na Nova Bauhaus, em Chicago. Nessa época Bass começa a dar vazão à sua produção artística, trabalhando como diretor de arte em diversas peças de teatro, designer, fotógrafo, ilustrador, começando sua carreira no ramo publicitário.

Frequentava as rodas artísticas mais exclusivas de Nova York. Seu estilo arrojado e inventivo eventualmente atraía a atenção em Hollywood, e sentindo a oportunidade chegar, muda-se para lá em 1946. Ele trabalharia na Costa Oeste o resto de sua vida. *“Foi por que lá havia dinheiro e principalmente filmes em penca, que abriam campos imensos para o desenvolvimento de novas técnicas visuais”* (COUPLAND, p. 103). Por mais de uma década Bass continua com seu trabalho nas agências de publicidade em Hollywood. Suas consultorias incluíam apresentações clandestinas para o notoriamente recluso Howard Hughes.

Em 1955, já com experiência suficiente para abrir o próprio negócio, funda a “Saul Bass Associates”. Otto Preminger (diretor/produtor e uma de suas parcerias mais rentáveis, tanto em quantidade como em qualidade) contratará seus serviços por essa mesma época para fazer o marketing de seus filmes. *“Bass logo estaria desenhando cada aspecto da*

‘embalagem’ do filme - incluindo os títulos de abertura. Essas primeiras e relativamente primitivas cinevinhetas serão algumas das suas mais conhecidas” (COUPLAND, p.103). Com Preminger, contribuiria ao longo de sua carreira com mais de onze cinevinhetas.

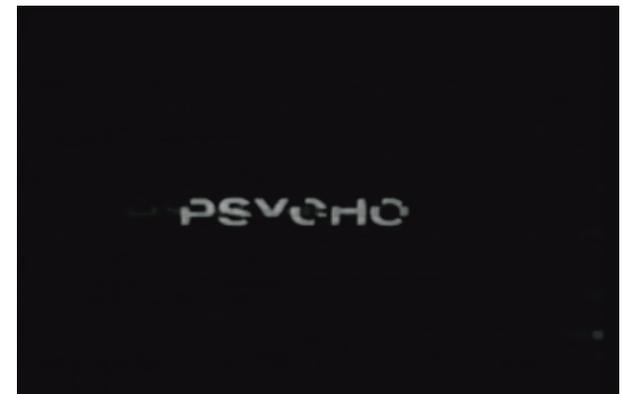
Outra parceria que renderia a Bass ótimas experiências (e grandes brigas) seria com Hitchcock. As cinevinhetas de “Um corpo que cai” (fig.18a-j) e “Psicose” (fig. 19a-j) são consideradas obras primas do mesmo patamar dos filmes que precedem. “Psicose” será para Bass um marco na sua carreira, nela abandona a representação e trabalha somente com elementos gráficos mais abstratos. Também em “Psicose” deve-se a ele o story-board da cena da escada onde o detetive Aborgast é morto e a direção da famosa cena do chuveiro (o assassinato de Janet Leigh, fig. 20a-j). Hitchcock negou a última afirmação até sua morte. Entretanto os técnicos que assistiram a cena confirmaram a autoria de Bass.

Bass desenharia sequências para Spartacus e Grand Prix, já fazendo par com a esposa Elaine. Em Spartacus dirigiria algumas cenas de luta (que Stanley Kubrick assentira e depois confirmaria, ao contrário de Hitckcock). Em 1974 abandona as cinevinhetas para se dedicar exclusivamente à publicidade e se associa a Herb Yager. A Bass/Yager Associates teria uma história importantíssima no design de identidades corporativas (um dos estandartes levantado pelo desing norte americano nos anos 70) para empresas como Dixie, AT&T, Exxon, Hanna-Barbera, Minolta, American Airlines e diversas outras além de embalagens para os cereais Quaker.

Em meados dos anos 80 Bass acaba ensaiando uma volta às cinevinhetas, com “Broadcast



(fig. 18a, fonte: arquivo pessoal do autor)



(fig. 19a, fonte: arquivo pessoal do autor)



(fig. 20a, fonte: MAYRINK, 1996)

News "(1987) e em filmes como "Big - quero ser grande" (1988), "A guerra dos Roses" (1989) e "Mr. Saturday Night Live" (1992). Mas a volta oficial e em grande estilo seria graças a Martin Scorsese, o qual entregaria a Bass a direção das cinevinhetas de "Os Bons Companheiros" (1990), "Cabo do Medo" (1991), "Época da Inocência"(1993) e "Cassino" (1995). Seu último trabalho seria em forma do conceito para Kyle Cooper no filme "A Ilha do Dr. Moureau" de 1996.

2.4 - Início de Carreira

Quando Bass criou sua primeira cinevinheta, ele sabia o que iria enfrentar. Aqueles minutos que precediam o filme principal eram os terríveis minutos chamados "*the popcorn time*", uma alusão ao interesse do público pelos créditos e títulos do filme. Era o momento em que as pessoas simplesmente levantavam e iam comprar pipoca e refrigerante do lado de fora da sala de projeção. Alguns projetistas nem ao menos se davam ao trabalho de abrir a cortina que encobria a tela de cinema nos cine-teatros antes do início do filme aproveitando o tempo da cinevinheta para fazê-lo. O ofício de cinevinhetista era coisa morta. Os créditos eram composições pobres para emoldurar os nomes dos atores e técnicos "(...) *em geral a idéia era satisfazer cláusulas contratuais e introduzir a sequência inicial rápida e anonimamente.*" (BILLANDI, p.60). Bass viu na proposta de Preminger uma possibilidade de pôr, numa mesma mídia, tudo o que havia aprendido durante seus anos de profissão. Animações, live-actions, stop-motions, câmera lenta, trucagens de câmera e de lentes, fotografia, desenhos e até material de referência seriam usados para criar todo tipo de textura gráfica para suas cinevinhetas.

Seu primeiro trabalho para o cinema foram os créditos de “Carmen Jones” de Otto Preminger, em 1954. Nessa época esse ofício, ou seja, vinhetista para filmes “era praticamente coisa morta, limintando-se a mostrar letras douradas sob um fundo de veludo vermelho. Às vezes uma mão aparecia virando as páginas de um livro nas quais estavam escritas os nomes da equipe, à exemplo da cinevinheta de “E o vento levou...” (fig. 21a-g).

O trabalho com tipografias também não ajudava e todo esse conjunto colaborava para que a atenção dos espectadores fosse desviada para as fofocas, brincadeiras e é claro, comer pipoca. Os filmes de terror tentavam se diferenciar um pouco ousando um pouco mais nos créditos, entretanto sem realmente apresentar uma diferença tão gritante que fosse digna de ser lembrada. *“Filmmakers who had escapade from under the mogul’s tumb wanted their hand-tooled wares to have a distinctive look and flashy packaging. So precredit sequences (the antecedent of TV series ‘teasers’) stretched on until reeled the film. The credits for Robert Aldrich’s ‘Kiss me deadly’ rolled down the highway, like so many others.”* (BILLANDI, p.65), por serem por demoradas demais e não acrescentarem nada ao filme. Bass costumou chamar isso de *“See, see, see approach”*:

“Advertisers threw everything into the pot, using the theory that, as a filmgoer, you would find something in the ad tha would inspire you to see the film. I used to call this the ‘see, see, see’ approach: see the missionaries boil in oil; see the virgins dancing in the temple of doom; see krakatoa blow its top - that kind of thing. If you didn’t like one image, you’d like



(fig. 21a, fonte: arquivo pessoal do autor)

another" (HASKIN, p.13).

A cinevinheta de "Carmen Jones" (1954, fig. 22a-g) era diferente de tudo o que se havia visto antes. Mostrava uma rosa acariciada por uma chama que acabava desaparecendo, devorada pelo fogo, assim como a personagem principal que acabaria morrendo pelas mãos do amante. A beleza da cena e a simplicidade chamou a atenção.

Em "O homem com o braço de ouro", Saul é então encubido, por Preminger de cuidar de todos os detalhes relativos à promoção: cartaz, peças publicitárias e promocionais, o próprio logotipo do filme, incluindo a cinevinheta de abertura. De acordo com Bass esse é considerado seu real debut. Essa projeto acabaria por questinar o modo que a promoção de um filme era feita. No idos anos 50 não se pensava em filmes como produtos que merecessem um tratamento externo, ou seja, uma diferenciação visual agregada. "The notion that a single visual element, good, bad or indifferent, could become a statement for a film is not a notion thath existed before 'The man with the golden arm'"(HASKIN, p.13).

Bass optou por usar em toda a campanha um símbolo que havia criado, um braço estilizado (fig. 23a-f) que compunha um labirinto. A tipologia seria também criada especialmente para o filme, diferenciando e marcando as peças promocionais. A reação do público foi tão positiva que, na estréia do filme em Nova York, a cinevinheta (uma animação que abusava do alto contraste) finalizava sem o nome do filme, somente com o símbolo sozinho :

"This was a very powerful thing and really set the industry to thinking.



(fig. 22a, fonte: arquivo pessoal do autor)



(fig. 23a, fonte: arquivo pessoal do autor)

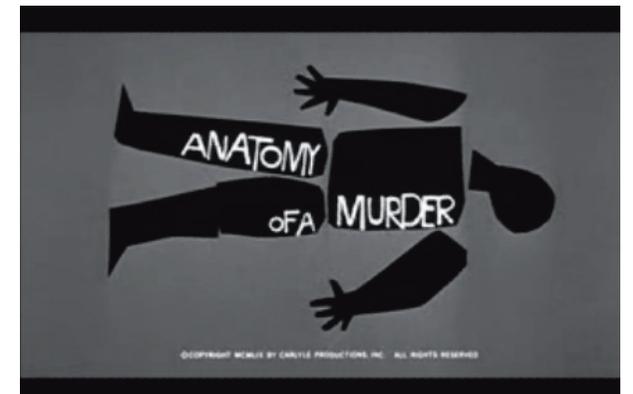
The film did very well - for reasons that may or may not have to do with the symbol. But understand that in the parlance of the film industry, if a film does well, naturally it's a great film. *If it does badly, it's fault of the advertising campaign - everybody knows that. Otto, I have to say, truly believe that the graphic made a very important difference.*" (HASKIN, p.14).

Otto Preminger, diga-se, seria a melhor e mais criativa parceria, em se tratando de diretores, que Bass arranjaría. Sobre o próprio Bass diria *"Preminger era um vienense de extremo bom gosto e muita cultura"* (MAYRINK, p. 153). Quem os visse inadvertidamente com certeza acharia que era a última vez que estavam se falando. Brigavam constantemente e Bass quase sempre saía da sala de Preminger bufando, com os lay-outs desarrumados debaixo do braço. *"Otto era extremamente inflexível e o tipo de pessoa cabeça dura. Ele era difícil e de opinião. De alguma maneira, o que não deixa de ser engraçado, isso funcionou comigo. Meu mundo até então era feito de desacordos razoavelmente polidos e graciosos. Mas com um cara como Otto, eu tive que aprender a lutar."* (HASKIN, p. 12.). Trabalhariam juntos em quase uma dúzia de filmes. *"Depois do sexto, eu parei de contar"* (idem). Preminger confiava no trabalho de Bass. Chegou a escrever de punho próprio uma nota obrigando os projetoristas a só iniciarem as sessões de *"O homem com o braço de ouro"* quando as cortinas estivessem abertas.

O próximo filme que trabalhariam juntos seria *"Bom dia tristeza"* (1957, fig. 24a-h). Uma flor que se transformava em lágrima na face de Jean Seberg. Em *"Anatomia de um crime"* (1959, fig 25a-h) , de novo, Bass assinaria todos os detalhes da campanha. A cinevinheta



(fig. 24a)



(fig. 25a)

dialoga de modo surpreendente com a música, um bibop jazz assinado (assim como toda a trilha sonora) por Dzigie Lezpie. A música era um dos elementos que Bass usava com maestria. Sempre opinava no tema de entrada. Em “Anatomia...” o som supre a falta de cores no filme . Se a cinevinheta por um lado fica presa à película preto e branco, compensa na sonoridade e no diálogo com o jazz ritmado e contagioso que não deixa o espectador desviar a atenção (assim como o vermelho berrante do cartaz não deixava os olhos dos transeuntes em paz). Ambos, música e imagem, se utilizam de síncopes (quebra do ritmo) o tempo todo, não deixando espaço para a previsibilidade.

Uma característica forte nos trabalhos do início da carreira de Saul Bass é a forte expressão gráfica que carrega. Bass ainda trabalhava como que em uma prancheta. Utiliza-se de recortes e de animações em duas dimensões. Em alguns, como é o caso de “Da terra nascem os homens” (1958, fig. 27a-h) e “Grand Prix” (1966, fig. 26a-i), utilizaria-se da estrutura do próprio filme (takes de uma carruagem em um, e a preparação para uma corrida automobilística em outro) para compor as idéias sínteses de cada um.

“Da terra nascem os homens” começa com uma diligência cortando o oeste americano em alta velocidade (o “grande país” a ser conquistado e do qual todos os personagens, no filme, se vangloriam da imensidão). Os nomes vão se sucedendo em uma exaustiva corrida dos cavalos em direção ao povoado onde se passará a estória. O tom amarelado constante nos dá a idéia da aridez do lugar. No filme, não por acaso, o conflito principal é a briga de duas famílias pelo uso de um rio que corta uma velha fazenda quase abandonada.



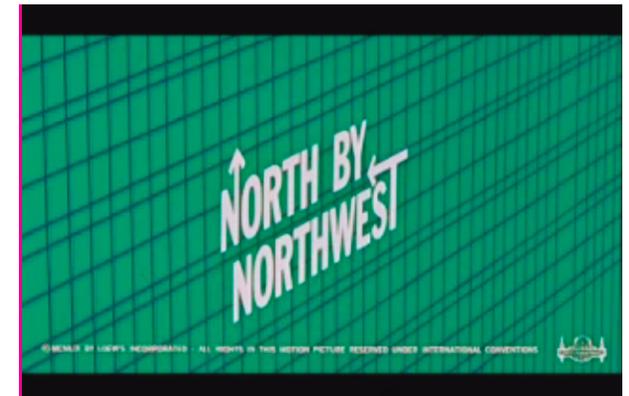
(fig. 26a, fonte: arquivo pessoal do autor)



(fig. 27a, fonte: arquivo pessoal do autor)

A cinevinheta nesse caso serve não só para apresentar uma idéia de ação que começa antes da estória em si mas também contribui para um entendimento imediato da situação dramática: a aridez do terreno e o esforço necessário para se deslocar até lá. Falando sobre seu processo criativo, Bass constrói a seguinte argumentação, onde podemos observar a criação da metáfora na cinevinheta do filme:

“A key ingredient of this film was that this was a very isolated community in which there was a relative suspension of Law. Here, ideas of Law were embodied in simple perceptions of ‘fair’ and ‘not fair’. Law was made by individuals, not by a sistem of thinking based upon a canon of residual thought. So it was very important to convey how isolated and remote this community really was. I helped to set that up by projecting the notion of the amount of time and energy it took to get from the East Coast to this little territory in the West. My technique was to use a series of contrasting conditions: I first set up extreme long shots of the stagecoach, the hooves of the hourse, and the wheels, all of which were in furious activity. Then we cut to the tiny stagecoach moving an imperceptible 1/8 inch across the screen, signaled by a little expanding cloud of dust. The constant intercutting of these two conditions reinforced the point of this title. What you got was a sense of the enormous energy it took to move you an infenitesimal distance across that vast expanse.” (HASKIN, p. 15/16)



(fig. 28a, fonte: arquivo pessoal do autor)

Para seu primeiro trabalho para Hitchcock, entretanto, usaria de animações. Na sequência

inicial de “Intriga internacional” (fig. 28a-j) (North by northwest, 1959) linhas oblíquas se encontrando com linhas verticais onde os créditos acompanham a perspequiva criada. No final da sequencia a perspectiva das linhas se funde a imagem de um prédio de fachada envidraçada em Nova York. Não só introduz o lugar da ação principal do filme como refere-se, também, à rede de intrigas criadas a partir de um mal entendido nos dois primeiros minutos do filme.

Os trabalhos com Hitchcock (os três trabalhos, mais especificamente), se não contribuíram para uma amizade forte e duradoura entre os dois (muito pelo contrário) pelo menos acrescentaram ao portfolio de Bass dois dos seus mais conhecidos e importantes trabalhos (e de Hitchcock, claro), as cinevinhetas para os filmes “Um corpo que cai” e “Psicose”, além de “Intriga internacional” citado acima .

No final da década de '50 Hitchcock estava em grande moda. Seus filmes da fase inglesa ganharam notoriedade e não demorou muito para Hollywood contratá-lo. A Universal designaria os melhores para trabalhar com ele: roteiristas, atores, set de filmagens, Hitchcock era prioridade. Em Intriga internacinal um homem é confundido com um agente secreto e levado ao seu limite sem saber o que está acontecendo, a partir de um mal entendido nos dois primeiros minutos do filme, antes mesmo que a platéia pudesse aquecer os assentos: sucesso imediato. Em Vertigo, o filme praticamente se divide em dois. James Stuart e o papel duplo de Kim Novak. Para Psicose a surpresa estaria na morte da heroína antes do primeiro quarto de filme e na precisão cirúrgica dos assassinatos e dos cortes de cena.

Em “Vertigo” Bass monta, aos poucos, a imagem do rosto de Kim Novak. Primeiro os olhos, depois boca e assim por diante. Lentamente uma melodia assombrosa começa a se tornar audível. As cenas se tornam então avermelhadas, *“cor que Bass usava regularmente associadas a sangue e sexualidade”* (KIRKHAM, p.18). Os olhos então olham com horror para o espectador, que mergulha simbolicamente para o interior (através dos olhos, para a alma) da personagem. A novidade nessa cinevinheta fica por conta de uma figura gerada por computador (novidade em 1958, apesar dos gráficos simplistas para os nossos olhos) que emergem do fundo dos olhos de Novak.

“Eu queria associar àquele particular estado de desequilíbrio que a vertigem nos trás e ainda à um clima de mistério. Eu comecei fazendo isso justapondo imagens dos olhos com imagens movimentadas de extrema beleza. Eu usei então a “curva de Lissajous”, gráficos desenvolvidos por um matemático francês do século dezenove para expressar fórmulas matemáticas, e pelas quais eu me apaixonei alguns anos atrás. Pode-se dizer que eu era um tanto obcecado por aquilo - então eu sabia um pouco do que Hitch queria passar. Eu queria expressar o clima desse filme sobre amor e obsessão.” (KIRKHAM, p.18)

“Psicose” marca a carreira de Bass como sua primeira cinevinheta não representativa, trabalhando apenas com tipologia. Linhas cortam a tela além das próprias palavras e nomes dos créditos. Algumas linhas não e encaixam totalmente em uma instabilidade

constante assim como, o espectador mais observador logo descobrirá, alguns pontos da personalidade de Norman Bates. Psicose marca também o fim da breve parceria entre os dois.

O ponto principal da discussão entre Hitchcock e Bass gira em torno da autoria da famosa “cena do assassinato no chuveiro” (fig. 29) na qual a suposta mãe de Norman Bates mata Marion, personagem vivida por Vivian Leigh. Ambos, Bass e Hitchcock, afirmariam até suas mortes serem os responsáveis. De acordo com Bass a cena de Hitchcock ficara tão sem ritmo que ele, mesmo a contragosto do diretor, a teria refilmado, usando uma modelo para dublê de corpo e pagando horas extras para a equipe de filmagem ficar até altas horas da madrugada para que a cena estivesse pronta antes que Hitchcock chegasse pela manhã. Bass teria ainda usado algumas das tomadas que Hitchcock havia feito com Vivian Leigh para casar as cenas.

Do lado da versão de Hitchcock, está Vivian Leigh, a estrela do filme. Sustentando a versão de Saul Bass está toda a equipe técnica e diversos estudiosos de ambos. Desses últimos quase todos concordam que a rapidez dos cortes de cena não se parece com nada que Hitchcock tenha feito antes ou depois. A assinatura de Bass na cena porém seriam os dois últimos takes: o ralo (as figuras circulares em movimento aparecem em diversas obras de Bass) e a leve girada de câmera no zoom-out dos olhos de Marion caída no chão. Os dois estão mortos, porém a dúvida permanece.

Outro diretor de renome que trabalharia com Bass seria Stanley Kubrick. Os créditos de “Spartacus” (“Spartacus”, 1960, fig. 30a-h) tentam mostrar a deterioração do Império



(fig. 29, fonte: arquivo pessoal do autor)



(fig. 30e, fonte: arquivo pessoal do autor)

Romano à época da estória. A partir de imagens de estátuas de mármore (conhecidas pelas suas medidas exatas e beleza) Bass constrói uma atmosfera de opressão e enclausuramento que culmina no desmoronamento da face de uma das estátuas. Em “Spartacus” Bass também dirigiria algumas cenas de luta. Seus esboços contribuía para uma coreografia extremamente elegante.

Em “Grand Prix”(1966) de John Frankenheimer, além da cinevinheta ele dirigiria todas as cenas de corrida. A essa altura, Bass começou a observar a natureza do imaginário em si. A cinevinheta de “Grand Prix” é um ótimo exercício de como pegar uma experiência comum e usar coisas cotidianas, desenhá-las com um olhar diferente criando novas experiências a partir de cenas comuns, como os preparativos de uma corrida, como é o caso, uma série de releituras poéticas em cenas prosaicas de ajustes mecânicos.

Na década seguinte Saul Bass abdicaria das cinevinhetas e da indústria cinematográfica em prol da publicidade. Desde a década de 60 ele já ganhava fortunas construindo identidades corporativas para diversas empresas de grande porte (AT&T, Exxon, Warner Communications, etc) seu nome era respeitado nesse meio também e sua sociedade com Herb Yager só aumentaria esse respeito.

Verdade seja dita, não só o dinheiro afastaria Bass da arte dos créditos iniciais. A televisão havia afetado a indústria cinematográfica como um todo. O sistema de estúdio (no qual o estúdio controlava todas as partes da produção, inclusive pagando salários aos

atores) começava sua decadência. Além disso os créditos iniciais não precisavam mais ter aquela ficha quilométrica de nomes e equipe técnica, cláusula contratual exigida pelos sindicatos que perdiam força nos EUA no final década de '60 e início de '70. Esses podiam agora ir para o fim do filme.

Outro ponto que contribuiu para que Bass deixasse as cinevinhetass de lado foi o fato de que os novos diretores e mesmo o público em geral, começavam a achar as cinevinhetass coisas fora de moda, antiquadas. Diretores como Steven Spielberg e Oliver Stone, afirmavam que os créditos eram uma velharia herdada da literatura e deviam ser jogados no fim dos filmes, quando a platéia já está indo embora. Para eles, não faz diferença. Para Saul Bass, era toda a diferença. Anos mais tarde Spielberg voltaria atrás, como pode ser observado na fantástica cinevinheta de "Prenda-me se for capaz".

Sua carreira na publicidade é muito mais conhecida do que no cinema. Talvez pelo fato de ter trabalhado com empresas tão conhecidas do público em geral. Seu grande feito for ter planejado e executado identidades corporativas para empresas como a Bell Telephone, AT&T , United Airlines, Dixie, Minolta, a Alcoa e Miles.

Mas em meados da década de 80, no auge da sua carreira como designer corporativo, Saul Bass retornou ao trabalho que ele mais amava. Redescoberto primeiro pelo diretor James L. Brooks, para "Nos bastidores da notícia" (1987), Bass, de acordo com o seu biógrafo, retornou aos títulos principais - com a total colaboração de Elaine - como um profissional maduro confiante.

Trabalhou na cinevinheta de “Quero ser grande” (1988) e em seguida em “A guerra dos Roses” (“War of Roses”, 1989) e “Doutor Hollywood” (1991. Não obstante Bass trabalhou em filmes de outros - notavelmente na cinevinheta e ‘filme-dentro-do-filme’ para o “Mr. Saturday Night” (1992) do comediante-que-virou-diretor Billy Cristal - e achou em Martin Scorsese seu mais cúmplice e devotado colaborador (COUPLAND, p.105).

Primeiro foi “Os bons companheiros”. Descontente com as idéias de ninguém menos que Kyle Cooper, contratado para fazer os créditos de abertura Scorsese procurou Bass. Cooper estava pensando em alguma metáfora para o filme como uma totalidade’, mas tudo que Scorsese queria era alguma coisa que resolvesse o problema que ele tinha com o início do filme. Scorsese sugeriu ser pena que Saul Bass não estivesse trabalhando ao qual Cooper retrucou ao diretor que era uma pena que o inverso não fosse verdadeiro. A próxima coisa que se sabe é Cooper estava fora do trabalho e - numa irônica reviravolta da clássica rotina entre profissionais - Bass estava em seu lugar (idem). A cinevinheta de “Os bons companheiros” se utiliza de elementos da sequência inicial que se passa em um carro, de noite, com os protagonistas procurando um bom lugar para enterrar um cadáver. O nomes passam rapidamente seguidos de roncos de motor sugerindo o movimento habitual do trânsito noturno.

Depois foi “Cabo do medo” (1991, fig. 31a-h). Era Bass em grande estilo de novo. Uma sequência longa que dá ao espectador os elementos que serão mais tarde descobertos na



(fig. 31a, fonte: arquivo pessoal do autor)

sequência final, o clímax do filme. A música e as sobreposições de imagens criam um certo desconforto e preparam o espectador para a densidade dos personagens e da própria estória.

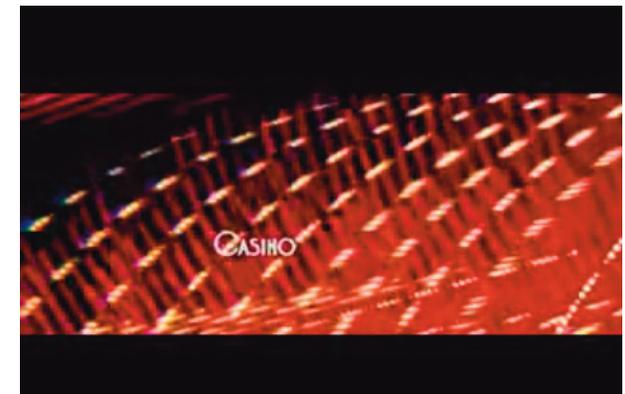
O próximo seria “A época da inocência” (1993. fig. 32a-j). A interpretação da cinevinheta da “Época da inocência” é complexa e tem uma profunda ligação com toda a estória contada no filme. Flores desabrochando e sobreposições de textos com letras rococós cheias de detalhes compõem a cena geral. A ligação com o filme se dá diretamente com o fato de que na estória as flores têm sempre um significado especial. Ora servem para indicar os sentimentos de um personagem pelo outro, ora servem para indicar a época do ano. A ligação metafórica talvez tenha a ver com a sexualidade reprimida da sociedade da época em que se passa o filme. O fato é que a cinevinheta de “Época da inocência” é uma obra de arte à parte do filme.

Sua últimas contribuições foram para um especial de TV de Martin Scorsese “Uma jornada através do cinema americano” (1995), créditos para um obscuro “Duro aprendizado” (1995) e sua última obra prima, ainda celebrada pelos críticos quando morreu em 25 de abril do mesmo ano, a cinevinheta de abertura de “Cassino” (1995).

Em uma alegoria, a cinevinheta de “Cassino” (fig. 33a-j) começa após o personagem de Robert DeNiro ir pelos ares na sequência inicial do filme. O corpo do protagonista alça vôo viajando através de um céu em chamas. Abruptamente Bass redireciona o corpo do gangster em uma diagonal descendente como que jogando-o em direção ao inferno.



(fig. 32a, fonte: arquivo pessoal do autor)



(fig. 33a, fonte: arquivo pessoal do autor)

Usando de jogos de lentes, superposições e distorções, Bass manipula imagens dos frontais de neons dos cassinos e outros ícones de Las Vegas para servir de pano de fundo da trágica jornada do personagem principal durante o filme. A cinevinheta é uma tentativa de criar uma metáfora para a Las Vegas da traição, moralidade distorcida, cobiça e no final, auto-destruição de acordo com Bass (HASKIN, p.17).

Saul deixou orfãos diversos admiradores. Sua obra porém abriu precedentes e contribuiu de maneira direta para a linguagem da cinevinheta televisiva. Não só Saul Bass é claro. É preciso lembrar de nomes como Maurice Binder, criador da famosa cinevinheta de abertura dos filmes do espião James Bond e que também fez carreira depois, na televisão ou Dan Perry, que criou a cinevinheta misto de prelúdio de “Star Wars”.

Entre os nomes atuais podemos citar o de Kyle Cooper que se em primeiro momento perdeu seu lugar para Saul Bass à época de “Os bons companheiros” recebeu de bom grado seu comentário sobre a cinevinheta de “A ilha do Dr. Moureau” (1996), resultando em um belíssimo resultado, um passeio pelo poder da natureza a níveis visíveis e microscópios. Outra obra de Cooper que merece atenção é a cinevinheta de “Os sete crimes capitais”, onde faz uso de diversas imagens que passam rapidamente pela tela (assim como na “A ilha do Dr. Moureau”) mostrando ao espectador o quanto o olho humano se perde em muitos detalhes e deixando a impressão de ter deixado passar alguma cena importante ou mesmo se naquele mar de imagens não haveria o nome do assassino.

Para a indústria cinematográfica estadunidense à cinevinheta cabe este papel: um mecanismo capaz de servir de “isca” de olhos, mente e percepção e faz parte de uma estrutura complexa que tomou corpo no último século e começo do atual, construído, exercitado e aperfeiçoado durante as últimas décadas. Entretanto é possível fazer leituras mais complexas que essas ao se revisitar as obras de Saul Bass. Isso nos ajuda a construir o caminho que a cinevinheta traçou desde “objeto artístico potencial” até “objeto artístico possível”. A formação multidisciplinar de Bass e suas bases teóricas européias contribuíram para a transformação da cinevinheta ao longo dos anos ao apresentar a outros profissionais e artistas as possibilidades inventivas e criativas dentro de um espaço cavado nos poucos minutos iniciais (às vezes forçosamente empurrados para os minutos finais) da peça fílmica. Na terceira parte desse projeto tentaremos ampliar essas leituras a partir da questão da transtextualidade.

3ª Parte

Transtextualidade na cinevinheta



3.1 - AS CATEGORIAS TRANSTEXTUAIS DE GERÁRD GENETTE APLICADAS A CINEVINHETA

Antes de entrarmos no fenômeno da Transtextualidade é importante falar os modelos de distribuição de conteúdos culturais citados por Miége em “*La Sociedad Conquistada por la comunicacion*” (1993, p. 177 a 186). Para Miége a distribuição dos produtos culturais geradas por uma sociedade baseada nas mídias de comunicação de massa, podem ter alguns modelos de distribuição possíveis e que podem ou não serem cambiáveis ou mistos:

- O modelo editorial: a produção é distribuída como itens isolados, como no caso de livros, álbuns de música (CDs) ou ingressos de cinema.
- O modelo da mídia escrita: esse modelo implica em uma distribuição regular e

periódica. Os produtos são, normalmente, feitos de um agregado de textos, como jornais ou revistas. Cada nova venda torna obsoleta o produto anterior (o jornal de ontem ou a revista da semana passada)

- O modelo de fluxo: caracterizada pela necessidade da continuidade de programação e na sua interferência no campo cultural ou informacional. Assim como no modelo de mídia escrita, um novo produto torna obsoleto o veiculado anteriormente (o novo hit da programação, o novo capítulo).

Para esse trabalho é importante fazer um paralelo entre a importância dos títulos (um dos elementos que compõem e foram a base da gênese da cinevinheta) para o cinema e sua mudança de modelo de distribuição do modelo de mídia escrita para o modelo editorial. Isso garantiu aos títulos uma evolução no sentido de independência cada vez maior. Essa mudança também pode ser explicada pelo que Flávia Cesarino Costa indica como dois períodos que se contrapõem no início da história do cinema: o período “espetacular” onde o cinema é visto como *performance*, um espetáculo de imagens em movimento e um segundo período que se consolida como sendo o cinema que reconhecemos hoje, o período “narrativo”, com situações concatenadas em vista de construir uma história linear (COSTA, 1995).

Soren Kolstrup exemplifica essa mudança de modelo resgatando dois fac-símiles de programações de cinemas de épocas distintas. O primeiro de 1897 (fig. 34) que mostra uma programação de filmes, onde os títulos são extensos e têm uma função descritiva:

Kinoptikon.
I Dag
gives
i Klubben Englands store Sal
en stor Forevisning
af
Edisons levende Billeder,
en tale Prosaer har udført paa den mest anerkendte Maade.
Forevisningen ledsages af Orkestermusik.

Program:

1. A. Wagner: Balletens March.
2. Helzig: Koncert-Overture.
3. **I Felten.** En Heltis Ispildelse af Entomomente udført paa Sjælland.
4. **Baldensner.**
5. Hæzer: Hospital, Pølse.
6. **Levende Billeder.**
 - a. Operagildet i Paris.
 - b. Jærntogets Ankomst.
 - c. Fra Dronning Viktorias Jubileum.
 - d. Selskabs Denge.
 - e. En storsig Faldet.
 - f. Serpentinen.
7. Hæzer: Stormens.
8. **Zola-Processen.**
En Fremstilling af Fremgangsmaaden ved Forhøring af Bøver og Dokumenter.
9. Tramples: Paa Bøven, March.
10. **Billeder** fra Peter Gull og Frøenses legende Byfugl.
11. **Batirker:** Brude-Ved.
12. **Levende Billeder.**
 - a. Fyrtøen paa Færdikøen.
 - b. Gæstene og den elskende Denge.
 - c. Kjøttedråbepælen paa Kiste.
 - d. Faldet i Høst.
 - e. Spørgsmaal ved Paris.
 - f. En Mær, der drøm om.
 - g. Serenad.
 - h. En storsig paaet Mand, der ikke kan lide Felten.

Finde. Støtte: Hæzer Guld.

Billetpriser: Iste Plads 75 Ore, 2den Plads 50 Ore, Barn 25 Ore.
Adgang for alle.

(fig. 34, fonte: disponível em < http://pov.imv.au.dk/Issue_02/section_1/artic1B.html>) acessado em 02/01/2007

“The program is from 1897 and contains a list of titles, short titles but long enough to give you an idea of the content. But the many items do not leave any space for abstracts. Like the small news in newspapers they don’t need a lead. Almost all the titles are like picture captions or headlines” (KOLSTRUP)

Poucos anos depois é possível ver a transformação dessas programações (fig. 35), onde título e descrição do conteúdo começam a aparecer separadamente (KOLSTRUP). Ao separar a função do título da necessidade de informar diretamente o espectador sobre o que ele assistiria, cria-se as condições necessárias para que os títulos das atrações evoluíssem em uma direção mais poética, metafórica e portanto mais individualizada (como havíamos visto já na primeira parte desse trabalho).

“This distribution system and the fact that most films before 1900 were not narratives, had a great importance for the titles: they looked like picture captions, or like newspaper headlines, and not like the titles of novels or theater.” (idem)

Kolstrup sinaliza que os irmãos Pathé, involutariamente também contribuíram para essa individualização, classificando suas produções como ficção ou filmes “informativos”:

“When the Pathé brothers established the first cinema for news film in 1908, they made the first step toward distinguishing what should be



(fig. 35, fonte: disponível em < http://pov.imv.au.dk/Issue_02/section_1/artc1B.html> acessado em 02/01/2007

the mainstream (fiction) from the informational film. And thus film got into the editorial model and the titles were free to take any shape, they only had to be clear and easy to retain - which did not exclude enigmas or puns. Film titles had to establish identity, to be a factor in the film's distribution.” (KOLSTRUP)

Essa divisão nas funções de título e resumo e a mudança no modelo de distribuição de conteúdo cultural reservada à obra fílmica contribuem para os desdobramentos dos paratextos que compõem o todo de um filme, e para a gênese da cinevinheta, posteriormente.

A partir dessa visão historicista, entendendo a narrativa fílmica, de certa forma, como uma evolução da narrativa literária, podemos entrar nas categoriais paratextuais de Genette, que se propôs a elencar as possibilidades de enxergar, categorizar e dissecar as estruturas externas da composição literária, com a qual podemos fazer paralelos como o presente objeto de estudo.

3.2 - Ler o filme

Como já foi dito na primeira parte desse trabalho, consideramos texto toda obra comunicacional passível de uma leitura estética, de acordo com as premissas apresentadas por Umberto Eco. Também Bakhtin, por exemplo, apresenta um conceito abrangente de “texto” como sendo o que diz respeito a toda produção cultural com base na linguagem. Ao mesmo tempo, com a definição de “diálogo”, rompe com velhas

5. *“No processo de dialogia de Bakhtin, os sujeitos do diálogo se alteram em processo (devir). O Diálogo é uma corrente inserida na cadeia infinita de enunciados (atos) em que a dúvida leva a outro ato e este a outro, infinitamente.” (CLARK, 1998, pg. 58)*

tradições da Literatura para, enfim, compreender o texto em sua interação não apenas com discursos prévios, mas também com os receptores do mencionado discurso⁶. Para esse teórico, o processo de leitura não pode ser concebido desvinculado da noção de intertexto (relações entre textos diversos), já que o princípio dialógico permeia a linguagem e confere sentido ao discurso, elaborado sempre a partir de uma multiplicidade de outros textos. (KAHMANN)

Terezinha Elizabeth da Silva propõe que: *“Aquele que lê, lê alguma coisa e não necessariamente palavras. Na primeira e mais tradicional acepção, ler aplica-se à palavra escrita. É o ato de mediação entre a dimensão representativa (significante) e a dimensão interpretativa (significados) dos textos escritos.”* (SILVA, 2006, p. 300))

Entretanto, em um espaço midiático híbrido contemporâneo, é necessário compreender e explorar a ampla transitividade do verbo ler, pois modificam-se os modos de codificação e decodificação. Ler - e também escrever - correspondem, desde as origens, à aquisição de técnicas que possibilitam as operações de codificação/decodificação da palavra. Ler para além do livro carece também de alfabetização. O verbo ler aplicado a imagens, paisagens e sociedades é uma metáfora em pulsão de literalidade.

Não há oposição entre o mundo das imagens e o mundo das letras, entre texto escrito e imagens. São formas diferentes e complementares de mostrar realidade e ficção. Texto escrito, na forma de livro ou não, e textos em múltiplos suportes, são agenciamentos semióticos que requerem preparos diferenciados do corpo do leitor para recepção e uso.

A dificuldade de marcar fronteiras para as diversas mídias contemporâneas provoca a emergência do que Omar Calabrese denomina “confins” – fronteiras – (CALABRESE, 1999), e cria o que Irene Machado chama de “linguagens interagentes” (MACHADO, 2000), que atuam nessas zonas fronteiriças e que exigem do fruidor uma energia voltada para os múltiplos sentidos. Longe das velhas oposições da “sociedade alfabética”, a “zona de fronteira é uma zona híbrida, babélica, de multiplicidade sensorial” (MACHADO, 2000, p. 84). Uma complexidade que exige, logicamente, a reeducação dos sentidos para o aprendizado dessas linguagens e de outros suportes além do impresso.

É importante ratificar, a idéia de texto com a qual estamos trabalhando. Em primeiro lugar, Omar Calabrese (1999), que considera os fenômenos culturais como textos, idéia que avaliza as reflexões de Bakhtin sobre a noção ampliada de texto como um conjunto coerente de signos: *“Pensamentos sobre pensamentos, uma emoção sobre a emoção, palavras sobre palavras, textos sobre textos”* (BAKHTIN, 1977, p. 229). Ou ainda conforme Diana Barros que pensa o texto tanto como *“objeto de significação, ou seja, como ‘tecido’ organizado e estruturado, quanto como objeto de comunicação, ou melhor, objeto de uma cultura, cujo sentido depende, em suma, do contexto sócio-histórico”* (BARROS, 1994, p. 1).

Como qualquer texto, a natureza do cinema é intertextual. Não existe, portanto, um texto cinematográfico que seja autônomo ou fundante. De fato, o cinema é transmidiático, uma vez que o filme absorve e se apropria de vários recursos pertencentes, isoladamente, a outras mídias, o que reforça a natureza híbrida do cinema.

3.3 - Transtextualidade

Gerard Genette cunha o termo transtextualidade (ou transcendência textual do texto) incluindo “everything that brings it into relation (manifest or hidden) with other texts.” (GENETTE, 1992, p. 81).

Dentre as relações possíveis, define cinco categorias, elencadas por ordem crescente de abstração: a intertextualidade; a metatextualidade; a hipertextualidade; a arquitekstualidade e a paratextualidade.

Brevemente, podemos entender cada uma dessas relações da seguinte maneira:

Intertextualidade

Definida como uma relação de co-presença entre dois ou mais textos, que é dizer, eideticamente e frequentemente, uma presença literal de um texto em outro.

O intertexto seria, pois, a percepção por parte do leitor das relações existentes entre uma obra antecedente e outra posterior. Sem dúvidas, dentre as categorias elencadas, é esta a mais desenvolvida e intrincada, em que (co)existe uma quantidade enorme de referências a discursos culturais das mais variadas formas, onde alta cultura e cultura popular se fundem.

Metatextualidade

É apresentada como sendo textos que falam sobre outros textos, geralmente, mas não necessariamente, em forma de comentário ainda que não haja citação, evidenciando a relação da crítica como paradigma: “*All literary critics, for centuries, have been producing metatext without knowing it*” (GENETTE, 1998, p. 29).

Hipertextualidade

Genette denomina hipertextualidade, a qual supõe a existência de um texto (hipotexto) em função do qual se estrutura outro (hipertexto), também referido como “texto de segundo grau”, já se que deriva de outro pré-existente. Olmi alerta para a diferenciação desta em relação à categoria anterior, argumentando que a derivação “pode ser de ordem descritiva ou intelectual e, nesse sentido, temos um metatexto”. (OLMI, 2003, p.50)

Arquitextualidade

Uma noção que o autor reconhece como sendo muito abstrata, já que é mais implícita que as anteriores, ao implicar a suposição de “analogias formais entre textos ou discursos formais mas com elementos comuns que os descrevem por exemplo como pertencentes a um mesmo movimento artístico”. Olmi, por sua vez, aponta essa categoria como sendo a “articulada por uma menção de título, subtítulo, da indicação de Romance, Conto, Poesia, etc., que pertence exclusivamente ao aspecto taxionômico”. (OLMI, 2003, p. 51))

Paratextualidade

Para este projeto a categoria de relação textual que mais interessa é a Paratextualidade. De acordo com Genett:

“For us, accordingly, the paratext is what enables a text to become a book and to be offered as such to its readers and, more generally, to the public. More than a boundary or a sealed border, the paratext is, rather, a threshold, or – a word Borges used apropos a preface – a

‘vestibule’ that offers the world at large possibility of either stepping inside or turning back. It is an ‘undefined zone’ between the inside and the outside, a zone without any hard and fast boundary on either the inward side (turned toward the text) or the outward side (turned toward the world’s discourse about the text), an edge, or, as Philippe Lejeune put it, ‘a fringe of the printed text which in reality control one’s whole reading of the text.’ (GENETTE, 1997, pg. 2)

Usando a obra de Genette como estratégia de análise da cinevinheta, entendo um conceito abrangente de texto, dizendo respeito a toda produção cultural com base na linguagem (BAKHTIN apud KAHMANN, 2004), podemos chegar a uma base teórica que possibilite estruturar a análise da cinevinheta a partir de uma intertextualidade, ou seja, aos modos como a produção e recepção de um texto dependem do conhecimento que se tenha de outros textos com os quais ele, de alguma forma, se relaciona (KAHMANN, 2004).

Mas devemos considerar que os paratextos nas obras fílmicas são bastante específicas, pois o “texto” (para nós, o filme em si) e seus paratextos podem usar diferentes mídias e suportes. Podemos considerar o trailer, a cinevinheta ou o pôster como paratextos visuais de uma obra base, o filme.

3.4 - Cinevinheta como elemento paratextual

A cinevinheta guarda relações com o filme, uma obra que encerra-se em si mesmo mas que possui paratextos com os quais se relaciona com um público. Pode-se dizer que a

vinheta é o último paratexto antes da imersão do público. É quando todos os elementos de diálogo externo, finalmente se encontram e trazem o espectador para o uma mesma “ressonância emocional” (BASS, apud HASKIN) ou criando o início de um “ato” (BAKHTIN, 1997, p. 153).

Considerando “o texto como uma máquina preguiçosa que não executa todo o trabalho que deveria executar, e construída de maneira a pedir ao leitor que execute uma parte do próprio trabalho” (ECO, 1984, p. 97), a cinevinheta é uma compactação temporal e metafórica da totalidade do filme, facilitando o trabalho do público e inserindo a história em um ritmo emocional mais equilibrado, fazendo com que o espectador já se sinta vislumbrando e convidado a decodificar o horizonte de expectativas que se inicia. Ou seja, uma “máquina preguiçosa” nos termos de Eco, que antes mesmo de se iniciar joga ao espectador uma questão a ser resolvida intelectualmente.

Voltando ao método paratextual usado pela cinevinheta é possível entender que a cinevinheta não traz somente a função de título, mas também de prefácio. O título, paratextualmente, tem a função clara de identificação da obra e que pode ser somado a um subtítulo (por exemplo o filme “Crash - No limite”) e que é endereçado a um público em geral, ou seja, a soma de espectadores presentes a qualquer indício comunicacional de um filme, seus paratextos. No modelo de distribuição usado pelos produtos cinematográficos atualmente o título estará presente em todos esses paratextos, construindo uma segunda relação, essa hipertextual, com esses elementos paratextuais.

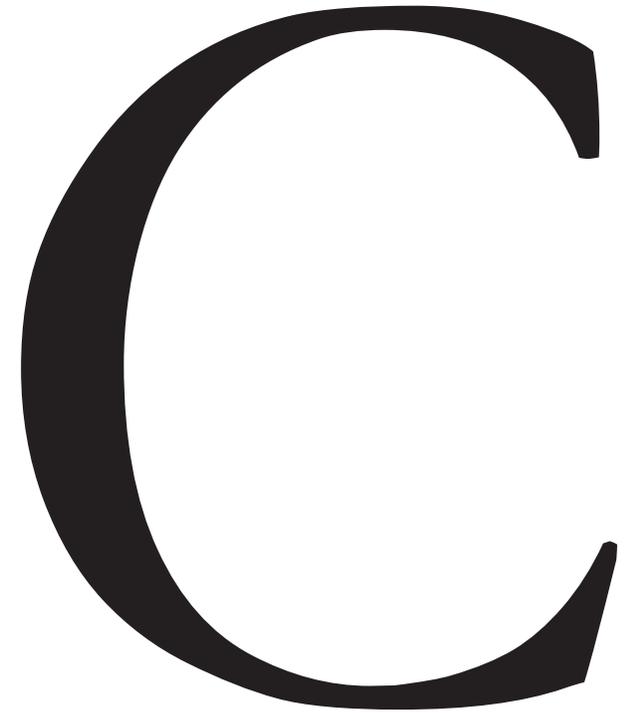
Ao contrário a cinevinheta tem uma função diferente de apenas “titular” um filme, mas a de “introduzir” a história a ser desenvolvida a seguir. Para isso se utiliza de uma estratégia muito similar ao prefácio, uma estrutura claramente introdutória endereçada aos espectadores já alcançados por outros paratextos (incluindo-se aí o título), cientes pouco ou vagamente acerca da história da peça fílmica iniciada e para os quais a cinevinheta vem para ou confirmar ou criar novas expectativas.

Nesse contexto o autor⁷ do filme reafirma suas idéias que outros elementos paratextuais tentaram comunicar a esses espectadores. A estratégia é indicar direções de leitura ideal (“veja, isso não é uma comédia, é um filme tenso, de suspense” poderia ser na cinevinheta de “Seven”), ou então avisar, delinear determinados detalhes, enfim criar um pré-filme, uma base de intenções narrativas controlada pelo autor, ou pelo menos desejadas de serem controladas por esse.

É impossível ao espectador não associar algum elemento dali em diante com o que ele já viu na cinevinheta. Em uma cinevinheta, que podemos considerar ideal, os elementos de um quebra cabeça estarão lá. É um mapa contendo apenas certos pontos de referência, indicando um sentido, porém não mostrando todo o caminho. Sua função estará completa se suprir, nos minutos que lhe cabem, o início dramático do filme, dialogando com os espectadores, e dialogando sintagmaticamente com o filme, diálogo esse modelado a partir de uma outra sintaxe visual, esta inédita, ou original, da própria cinevinheta. Os créditos em si (sua corporeidade alfabética), no final das contas, são meras exigências contratuais.

5. Consideramos aqui o diretor como autor, mesmo que auxiliado por um aparato técnico composto por profissionais, mas que enxergam na figura do diretor uma liderança autônoma capaz de defender (e também fazer concessões em partes, mas não totalmente) a sua obra perante outras lideranças envolvidas (outros autores) num processo mais complexo exterior ao “fazer” o filme. O diretor aqui é tratado como o “autor estético” da obra fílmica ou um meta-autor como quer Hofstadter (1979), um autor dos autores que compõe a partir de substratos gerados por outros autores que pode ou não ser referenciado ad infinitum desde o início da humanidade ou “início das autorias”, por exemplo.

Conclusão



O aparecimento da cinevinheta foi gradual e dependeu de vários artistas gráficos atuantes que enxergaram a possibilidade de transformação de um espaço burocrático em um espaço de elaborações estéticas mais complexas do que até o experimentado até então. Esses artistas trabalhavam com uma certa autonomia estética dentro de possibilidades enunciadas pelos seus contratantes, numa cumplicidade de idéias, colaborando em um esforço maior na criação de uma obra artística que tem seu ápice no corpo fílmico, mas que se correlaciona com diversos outros elementos para alcançar sua totalidade.

Fazer uma leitura histórica e apontar possibilidades de apreensões estéticas como o proporcionado por esse trabalho veio a tentar de alguma maneira suprir uma ínfima parte das áreas de sombra projetadas sobre as possibilidades do fazer artístico contemporâneo, enxergando também em objetos ditos tipicamente de consumo, como é o caso do filme comercial estadunidense, a possibilidade da construção de um espaço de reflexão e de aproximações.

A análise da cinevinheta ainda é um objeto em construção, mutável, pois são muito recentes as suas teorizações e trabalhos relacionados. Podemos ainda abrir mais ainda o leque de possibilidades quando acrescentarmos suas adaptações para a televisão e mais recentemente a internet, onde os loadings (animações de espera) de websites construídos em tecnologia de animação vetorial (de softwares como Macromedia Flash ou Adobe LiveMotion) constituem um espaço à parte de análise.

A pesquisa esbarrou em limites, pois como pesquisador moldado em uma apreensão do saber voltado à uma análise mais comunicacional, enfrentei as dificuldades de adaptação aos historicismos e teorias artísticas. Também me proporcionou ampliar minha visão de objeto estético para além dos recortes tradicionais, ao me propor a procurar em teorias de análise literária e estética da recepção bases teóricas que me ajudariam a compor um arcabouço compatível à análise do objeto cinevinheta. A dissertação nesse ponto se mostrou apta a ter uma possível continuidade em direção a um aprofundamentos sob várias óticas.

Até então, como proposto na introdução do referido trabalho, a pesquisa se mostrou aberta à possibilidades de abertura de diversos outros focos de discussão servindo de balisa para futuros projetos acerca do objeto de referência.

Bibliografia

B

ABS, Cecília et al. **Faces do Design**, São Paulo: Edições Rosari, 2003

ARGAN, Giulio Carlo. **Arte Moderna**, São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

AZNAR, Sidney Carlos. **Vinheta: do pergaminho ao vídeo**. Marília: Editora Arte e Ciência, 1997.

BARROS, Diana Luz Pessoa de. Dialogismo, polifonia e enunciação. In: BARROS, Diana Luz Pessoa de; FIORIN, José Luiz (org.) **Dialogismo, polifonia, intertextualidade**. São Paulo: Edusp, 1994.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo : Martins Fontes, 1997.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: **Obras escolhidas. vol. 1. Magia e técnica, arte e política**. Ensaios sobre literatura e história da cultura. 4 ed. São Paulo: Brasiliense, 1994, pp. 165-96

BILLANDI, Dean. "The names behind the titles". In: **Film Comment**, 1982, Vol. 18, nº 3, pg. 60-65.

BJÖRKMAN, Stig. **Woody Allen por Woody Allen**. Rio de Janeiro: Nórdica, 1993.

CALABRESE, Omar. **A idade Neo-barroca**. Lisboa: Edições 70, 1999.

CLARK, Katerina e HOLQUIST, Michael. **Bakhtin**. São Paulo: Perspectiva, 1998.

COSTA, Antonio. **Compreender o cinema**. 2ª ed, São Paulo: Globo, 1985.

COSTA, Flávia Cesarino. **O primeiro cinema**, São Paulo, Editora Scrita, 1995.

COUNTS, James. **Just the beginning: the art of film titles**. Disponível em < <http://www.twenty4.co.uk/on-line/issue001/project01/proj01index.htm>> Acessado em 03/05/2006

COUPLAND, Ken. "Saul Bass: the name behind the title". In: **Graphis: international Journal for Graphic and Applied Art**, 1998, Vol. 54, nº 316, pg. 102-105.

ECO, Umberto. **Conceito de Texto**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1984

_____ **Obra Aberta**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1968

EHSES, Hanno; LUPTON, Ellen. Rhetorical Handbook. **Design Papers 5**. Halifax Design Division: Nova Scotia College of Art and Design, 1988.

HIGGINS, Dick. **Horizons: The Poetics and Theory of the Intermedia**, Illinois: Southern Illinois University Press, 1984.

HIGGINS, Dick e HIGGINS, Hannah. **Synesthesia and Intersenses: Intermedia**, disponível em < http://www.ubu.com/papers/higgins_intermedia.html >, acessado em 15/04/2007

GENETTE, Gérard. **Paratexts: thresholds of interpretation**. Cambridge: Cambridge/USA, 1997

GENETTE, Gerard; NEWMAN, Channa; DOUBINSKY, Claude. **Palimpsestes: literature in second degree**, Nebraska University, 1998

GRIVEL, Charles. **A passagem à tela: literaturas híbridas**. Projeto História. São Paulo, n 21, p. 29-65, nov. 2000

HASKIN, Pamela. "Saul, can you make me a title?". In: **Film Quarterly**, 1996, Vol. 50, nº 1, pag 10-17.

HOFSTADTER, Douglas R. **Gödel, Escher, Bach: An Eternal Golden Braid**, Basic Books Inc., 1979.

HOUSTON, Penelope e GILLETT, John. "Blockbusterisation". In: **Sight & Sound**, 1963, Vol. 1, nº 32, pg. 68-74.

JAUSS, Hans Robert. **Toward an Aesthetic of Reception**, University of Minnesota Press. USA, 1982

KAHMANN, Andrea Cristiane, **Intertextualidade e interdisciplinaridade na obra De todo lo visible y lo invisible de Lucía Etxebarria**. disponível em <<http://www.ucm.es/info/especulo/numero28/inteetxe.html>> acessado em 20/05/2005

KATZ, Ephraim. **The Film Encyclopedia**. Perennial; 1998.

KEPES, Gyorgy. **Language of vision**, Dover Publications, 1995.

KING, Emily. **Taking credit: film title sequences**. Disponível em <<http://www.typotheque.com/articles/>>, acessado em 15/08/2006

KIRKHAM, Pat. "The jeweller's eye: Saul Bass remarkable credits sequence for Hitchcocks's 'Vertigo'". In: **Sight & Sound**, 1997, Vol. 7, nº 4, pg. 18-19.

KOLSTRUP, Soren. **The Film Title and its Historical Ancestors or How did we get where we are?** Disponível em <http://pov.imv.au.dk/Issue_02/section_1/artc1B.html>

LIBERTI, Fabrizio. "L'uomo che uccise il popcorn time". In: **Cineforum: Rivista di Cultura Cinematografica**, 1997, Vol. 37, nº 5, pg. 10-11

MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas e pós-cinemas**, Campinas-SP, Editora Papyrus, 1997.

MACHADO, Irene. Redescoberta de sensorium: rumos críticos das linguagens interagentes. In: MARTINS, Maria Helena (org.), **Outras Leituras: literatura, televisão, jornalismo de arte e cultura, linguagens interagentes**. São Paulo: Ed. SENAC, Itaú Cultural, 2000.

MALDONADO, Thomas, **El Diseño Industrial Reconsiderado**, Barcelona: Gustavo Gilli, 1993.

MAYRINK, Geraldo, " O solitário do traço". In: **Revista Veja**, Ano 1996, Vol. 19, nº 1443, páginas 152-153.

MCCORT, Kristinha. **Titles Throughout Time**, disponível em < http://digitalcontentproducer.com/mag/video_titles_throughout_time/index.html > acessado em 08/08/2006

MIÈGE, Bernard. **La sociedad conquistada por la comunicación**. Barcelona: ESRP/PPU, 1992.

MOHOLY-NAGY, Laszlo. **Visions in Motion**, Chicago: Paul Theobald & Company Publisher, 1965.

_____ **Painting Photography Film**. Londres: Lund Humphries, 1973.

OLMI, Alba. Leitura, História, Literatura, Intertextualidade: confluências. In: **Revista Signo**, Santa Cruz do Sul, v. 28, no. 44, pp. 49 - 71, jan./ jun. 2003.

PIGNATARI, Décio. **Informação, linguagem, comunicação**. São Paulo: Perspectiva, 1971.

RIBEIRO, Marcos Buccini Pio; TEJO, Cristiana Santiago, James Bond's Movie Titles and Artistic Moviments: An Interdisciplinary Approach. In: **Anais do Congresso Internacional de Comunicação - IAMCR 2004**, 2004.

SAMANGY, Anthony. **Motion Graphics: applying visual communication design techniques**. Kent: Kent State University, 2003.

TRUFFAUT, Francois. **Hitchcock**. Nova York: Simon and Schuster, 1984.

WILSON, Cristina e BORATENSKY, Matthew. **A Novel look at the film: Of Mice and Men**,
Los Angeles: American Film Institute, 2001.

anexos

a

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)