

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI

MÁRCIO CARNEIRO DOS SANTOS

O TRAILER DO FILME E A RETÓRICA DA ATRAÇÃO

SÃO PAULO

2009

MÁRCIO CARNEIRO DOS SANTOS

O TRAILER DO FILME E A RETÓRICA DA ATRAÇÃO

Dissertação de Mestrado apresentada à Banca Examinadora, como exigência parcial para a obtenção do título de Mestre do Programa de Mestrado em Comunicação, área de concentração em Comunicação Contemporânea da Universidade Anhembi Morumbi, sob a orientação do Prof. Dr. Marcello Tassara.

SÃO PAULO

2009

Santos, Márcio Carneiro dos

O trailer do filme e a retórica da atração/Márcio Carneiro dos Santos. — São Paulo, 2009.

157f.: il.

Dissertação (Mestrado em Comunicação Área de Concentração em Comunicação Contemporânea) – Curso de Mestrado em Comunicação - Universidade Anhembi Morumbi, 2009.

1. Comunicação-narrativa 2. Trailer 3. Cinema I. Título

CDU 791.43.03

MÁRCIO CARNEIRO DOS SANTOS

O TRAILER DO FILME E A RETÓRICA DA ATRAÇÃO

Dissertação de Mestrado apresentada à Banca Examinadora, como exigência parcial para a obtenção do título de Mestre do Programa de Mestrado em Comunicação, área de concentração em Comunicação Contemporânea da Universidade Anhembi Morumbi, sob a orientação do Prof. Dr. Marcello Tassara

Aprovada em: ____/____/____

Profº Dr. Marcello Tassara (Orientador)

AGRADECIMENTOS

A Sônia, Mariana e João pela paciência e amor.

Ao meu orientador Marcello Tassara pela dedicação e confiança.

Aos professores Rogério Ferraraz e Flávia Cesarino pela participação fundamental no desenvolvimento desse trabalho.

Aos professores Bernadette, Vicente e Vadico pela oportunidade do convívio e do conhecimento inestimável.

Ao Marcos por todas as solicitações atendidas.

A minha assistente Fabiana por sua precisão e eficiência.

A todo o corpo docente da Anhembi que fez desse mestrado uma excelente experiência para mim e muitos outros colegas.

Ao universo e à ordem que o rege por terem conspirado a meu favor.

RESUMO

Aparentemente o trailer de um filme é uma peça publicitária cuja característica principal é o seu objetivo: ao invés de contar uma história, o mais importante é torná-la tão interessante que motive o espectador a ir vê-la na sua forma completa, ou seja, o filme no qual o trailer se baseia. Se isso aproxima o trailer da categoria dos comerciais, é importante lembrar que, diferente da maioria deles, o trailer está atrelado a um outro produto audiovisual e, mais ainda, a uma narrativa específica. Apesar de poder distanciar-se dela de muitas maneiras, sempre terá que, de algum modo, mostrar ao espectador essa relação, sob pena de não cumprir seu propósito principal. A relação de especificidades do trailer, entretanto, não acaba aqui. Talvez as mais interessantes situem-se no campo da narrativa onde, através de uma série de possibilidades de construção, o trailer consegue ser um todo distinto através de partes de algo maior; e ainda, direcionar-se ao espectador buscando atingi-lo do jeito que for possível; seja pelo corpo, seja pela razão; seja pelo impacto direto aos sentidos, seja pelas possibilidades da interpretação; conceitos que detalharemos ao longo desse trabalho com o objetivo de analisar as estratégias e formas que o trailer usa para cumprir o seu objetivo que, em síntese, é conseguir a atenção do espectador e impactá-lo da forma mais positiva possível. Para percorrer esse caminho trabalharemos com os estudos sobre o trailer da pesquisadora Lisa Kernan da Universidade da Califórnia, com o conceito de “cinema de atrações” de Tom Gunning, bem como os de “produção de presença” e “produção de sentido” de Hans U. Gumbrecht. A partir deles veremos o trailer como um produto que tem uma estrutura narrativa específica, que tem sua edição orientada por um jogo que inclui mostrar coisas que criem identificação com seu público, basicamente em termos de gênero, história e estrelas, ao mesmo tempo em que oculta outras, deixando lacunas que o espectador vai preencher a partir das suas próprias expectativas. Um discurso de convencimento, ordenado de forma eficiente para fascinar esse espectador, apresentando coisas que ele quer ver, mesmo quando no filme elas talvez não estejam presentes; algo que denominamos aqui de retórica da atração.

Palavras-chave: trailer, narrativa, produção de presença, atrações, cinema.

ABSTRACT

Apparently a movie trailer it's a publicity product and its main characteristic it's its objective: instead of telling a story, the most important is to make it so interesting that the viewer will want to see it in its complete form: the movie itself. If that approximates the trailer to the commercial category, it's important to remember that unlike any TV commercial, the trailer is attached to another audiovisual product, better yet, a specific narrative. Although it can become distant of that in many ways, it will always have to, somehow, show this connection to the viewer, under the penalty of not accomplishing its purpose. The list of the trailer's specificities, however, doesn't end here. Maybe, the most interesting ones are in the narrative field, where, through a series of construction possibilities the trailer can be something different using parts of something bigger; and still direct itself to the viewer trying to reach it in any way possible; that being by the body, by reason, by direct impact to the senses or by the possibilities of interpretation; concepts that we will detail throughout this paper, with the objective of analyzing the strategies and forms that are used by the trailer in order to reach its objective, which is, briefly, to get the viewer's attention and make an impact on him as positively as possible. To go through that path, we will work with the studies on the trailer by the UCLA researcher, Lisa Kernan, with the "cinema of attractions" concept by Tom Gunning, as well as the "production of presence" and "production of meaning" by Hans U. Gumbrecht. Going from these, we'll see the trailer as a product with its own specific narrative structure that has its editing oriented by a game that includes showing things that the public can identify with, in the terms of genre, story, and stars, and at the same time, it hides other, leaving wholes that the viewer has to fill by himself. A speech of persuasion, in an order efficient enough to fascinate the viewer, showing things that he wants to see, even when they are not present in the movie. Something, that here we call attraction rhetoric.

Key-words : trailer, narrative, production of presence, attractions, cinema.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 Exemplo de site de trailers na internet	18
Tabela 1 Receita mundial dos principais estúdios: período de 1948 a 2003 em bilhões de dólares com inflação corrigida	22
Figura 2 Site do Golden Trailers Awards – www.goldentrailersawards.com	25
Figura 3 Lista parcial de trailers houses da América.....	26
Figura 4 Lista parcial das premiações do Golden Trailer Awards 2008.....	27
Figura 5 Relação trailer e filme	34
Figura 6 Filme 300.....	36
Quadro 1 Lançamento de filmes 3D confirmados	83
Figura 7 Exemplo de contraste	86
Figura 8 Exemplo de afinidade	86
Figura 9 Exemplo de contraste no elemento tonalidade	87
Figura 10 Exemplo de afinidade no elemento tonalidade	87
Figura 11 Modelos de figuras com afinidade e contraste no elemento espaço	88
Figura 12 Exemplos de afinidade e contraste no elemento movimento	89
Quadro 2 Trailers em divulgação – Janeiro de 2008.....	97

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Relação da Serialidade x Integração com o modelo high concept.....	35
Gráfico 2 Gráfico de estrutura narrativa 1 – intensidade x tempo	91
Gráfico 3 Gráfico de estrutura narrativa 2 – intensidade x tempo	92
Gráfico 4 Gráfico de estrutura narrativa 3 – intensidade x tempo	92
Gráfico 5 Gráfico da estrutura narrativa aplicado ao filme “Caçadores da Arca Perdida”.....	93
Gráfico 6 Gráfico da estrutura narrativa aplicado à sequência inicial do filme “Caçadores da Arca Perdida”	94
Gráfico 7 Relação dos gráficos da estrutura narrativa e da estrutura visual	95

SUMÁRIO

LISTA DE ILUSTRAÇÕES	7
LISTA DE GRÁFICOS	8
INTRODUÇÃO	10
CAPÍTULO 1 CONTEXTUALIZANDO O TRAILER	15
1.1 Histórico	15
1.2 O contexto econômico	21
1.3 O trailer e a serialidade	30
CAPÍTULO 2 O TRAILER E A NARRATIVA COMO RETÓRICA	43
2.1 Dispositio	43
2.2 A edição do trailer	49
2.3 Trailer, gênero e modos narrativos	57
CAPÍTULO 3 O IMPACTO DOS SENTIDOS E O DIRECIONAMENTO AO ESPECTADOR	63
3.1 Novos caminhos para pensar o trailer	63
3.1.1 O trailer e o direcionamento ao espectador	63
3.1.2 O paradigma do cinema narrativo	64
3.2 O cinema de atrações de Tom Gunning	67
3.2.1 Mostração x narração – “O início não narrativo” do cinema	67
3.2.2 O retorno das atrações	71
3.3 As atrações, o corpo e a produção contemporânea	74
3.3.1 Oposição ou inserção – Em busca de uma solução melhor	74
3.3.2 A teoria da Materialidade de Gumbrecht	76
3.3.3 Uma nova experiência visual e sonora	78
3.4 A estrutura visual	85
CONCLUSÃO	99

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	103
APÊNDICE A - Lista de trailers usados na pesquisa	108

“O trailer é uma prece do estúdio. Uma prece que será respondida no primeiro final de semana da estréia. E todos desejam que a resposta seja SIM.”

Marshall Sella
New York Times Magazine

INTRODUÇÃO

Uma das motivações do pesquisador é a necessidade de compreensão do seu objeto de estudo. A curiosidade, o interesse pelo tema, enfim a vontade de produzir conhecimento novo sobre determinado assunto fazem o pesquisador prosseguir no seu caminho.

Entretanto, na ânsia de aprofundar-se e conhecer cada vez mais seu objeto de estudo, o pesquisador às vezes é meio que impregnado por uma tendência classificatória e estruturalista, que o faz estabelecer vínculos e relações do seu objeto com outros, buscando uma ordem e equilíbrio que nem sempre existem.

No estudo dos trailers dos filmes, objetivo dessa pesquisa, num primeiro momento, o caminho mais fácil seria o de estabelecer regras generalistas que descrevessem a sua estrutura narrativa ou sua forma de construção.

O uso de imagens de curta duração com grande impacto visual, de legendas chamativas e explicativas, de uma edição mais ágil e de uma locução, digamos assim, diferenciada, podem ser encontrados em muitos trailers do cinema atual, principalmente os trailers de filmes produzidos pela indústria cinematográfica norte-americana, cuja prática estabeleceu uma espécie de modelo de como um bom trailer deve ser. Mesmo assim a construção dos trailers não é igual.

Um trailer de um filme de ação terá muito das características que descrevemos acima e ainda explosões, tiros, grandes quedas e impactos. Quase sempre numa espécie de escalada em que o ritmo da edição começa mais lento e vai rapidamente acelerando até uma seqüência frenética de imagens bem curtas, que ao fim dará um descanso ao espectador, com caracteres mais lentos e talvez uma cena de humor ou um último rápido movimento, como se apenas para lembrar: “esse você não pode perder”.

Mas o que dizer dos trailers de um filme romântico ou de uma comédia, ou ainda de um filme dito “de arte”. Terão a mesma estrutura, usarão os mesmos

recursos e apelos? Provavelmente não. Até porque, se o fizessem talvez acabassem afastando seu público alvo, ou seja, amantes de filmes românticos, de comédias ou de arte que não veriam ali algo interessante que valesse a pena pagar para assistir.

Se os trailers não são todos iguais, o que fazer então para estudá-los? O que fazer com a busca pela ordem e pela classificação?

A solução então talvez seja, ao invés de buscar amplas soluções que tudo expliquem, buscar aquelas que podem ser aplicadas em cenários mais restritos, sob certas condições, bem como aquelas que parecem ter sua origem num nível anterior ou mais profundo do que aquela que ora estudamos.

Seria como talvez, ao estudar o movimento humano, ir além das estruturas de ossos e músculos, o que poderíamos chamar de primeiro nível do conhecimento ou nível 1, passar pela compreensão que eles respondem ao comando do cérebro, que chamaríamos de segundo nível ou nível 2 e, por fim, considerar também que eles funcionam do jeito que conhecemos porque existe a gravidade da terra, um fator totalmente desconectado do nosso objeto inicial, mas que impõe a ele forte influência, determinando boa parte do que acontece, ou melhor, de como aquela estrutura original reage. O nível 3.

É fácil perceber que se fizermos uma espécie de zoom nos níveis da nossa compreensão teremos, senão a visão completa (algo sempre muito difícil), pelo menos uma visão mais ampla.

Fazendo uma analogia com o exemplo acima, poderíamos dizer que buscar apenas estabelecer as características principais de um trailer, entender um pouco da sua história e do contexto econômico em que está inserido, seria navegar pelo primeiro nível. Apesar de nos dar certa margem de acerto, também nos manteria na situação de uma visão incompleta, apesar de essencial para que possamos ir em frente. Nos textos do capítulo 1 desse trabalho, esse é o caminho.

Ir além significa talvez avançar através da compreensão da sua lógica interna e dos motivos que o fazem existir. Com isso encontraremos as afirmações mais perenes, amplas e, provavelmente, com menor margem de erro.

A verdade é que um trailer não existe para contar uma história ou pelo menos não apenas para isso, ou não somente isso. Um trailer existe para dizer ao espectador que num cinema, numa prateleira de locadora ou ainda em preparativos na ilha de edição do estúdio, há uma história tão interessante de ser vista, tão relacionada com as expectativas e gostos daquele espectador, tão cheia de emoção, suspense, ação, terror ou humor, que ele, o espectador, não poderá deixar, em hipótese alguma, de assisti-la.

Se o trailer conseguir fazer isso, terá cumprido a sua missão principal que em síntese é atrair e fascinar o espectador com a idéia de algo que, muitas e muitas vezes, nem mesmo existe. Pretendo desenvolver melhor essa idéia à frente.

Entender isso seria como descobrir o comando interior ou anterior que está por trás da normalmente muito bem editada seqüência de imagens de um trailer, seja ele de que gênero for. Seria nosso nível 2.

Aqui chegaríamos a um desvio um pouco complicado: grande parte do material existente hoje sobre o trailer, pelo menos em português, está relacionada a pesquisas da área de marketing, publicidade e propaganda.

Isso é fácil de entender já que em tese o trailer é uma peça publicitária, justamente pelo que descrevemos no nível 2.

Mesmo assim, mudar nosso zoom mais uma vez, ao mesmo tempo em que nos dará mais detalhes sobre o nosso objeto, talvez também nos faça achar outro caminho para a sua análise diferente da abordagem de peça publicitária ou de marketing, apesar de não podermos esquecer do aspecto econômico que envolve nosso objeto.

Se já sabemos que o trailer vai tentar atrair o espectador, podemos analisá-lo também buscando como sua narrativa é construída, que recursos e estratégias usa e também como consegue essa sintonia com o espectador. Algumas questões se apresentam daí: a história que o trailer conta é a mesma história do filme? Em tese, sim, poderíamos responder rapidamente, mas ao longo desse trabalho veremos que “não” também seria uma resposta válida. A freqüente afirmação de que os trailers “enganam” já é um indício de que as coisas não são tão simples assim.

Outro aspecto interessante seria observar que o trailer apresenta uma espécie de narrativa reconstruída a partir da narrativa original do filme e que nessa reconstrução deixa várias espécies de lacunas que serão preenchidas pelo espectador.

É justamente essa mecânica de interação que faz do trailer um mecanismo ao nosso modo de ver tão interessante. Em seu livro *Coming Attractions - Reading American Movie Trailers*, a pesquisadora Lisa Kernan (2004) resume bem essa idéia observando que os trailers são construídos a partir de elipses e enigmas, num jogo de mostrar e esconder com o espectador no intuito de envolvê-lo num misto de fascínio e curiosidade.

Com o trailer, o espectador constrói um filme que gostaria de assistir a partir de suas próprias expectativas e experiências, numa espécie de “obra inacabada” que é facilitada pela inclusão de pistas relativas a gêneros, histórias anteriores, personagens, atores e diretores; que irão criar identidade e familiaridade ao mesmo tempo em que curiosidade e vontade de descobrir mais sobre aquele filme, ou melhor, saciar essa curiosidade, assistindo-o. Nos textos do capítulo 2 analisaremos a face narrativa do nosso objeto.

Em resumo, é esse mecanismo de atração que tentaremos descrever nesse trabalho. Um caminho que nos levará dos estudos da retórica de Aristóteles e de Quintiliano, ao trabalho de Hans Gumbrecht sobre a comunicação, ou melhor, o sentido das coisas que se forma através dos impactos diretos dessas coisas em nosso corpo.

Passaremos pelos escritos de Tom Gunning sobre os primeiros anos do cinema, para entender melhor as construções cinematográficas cujo objetivo principal, antes de contar histórias, era de fascinar o espectador, algo bem parecido com os trailers atuais.

Usaremos por fim o extenso trabalho sobre os trailers hollywoodianos da pesquisadora Lisa Kernan, um dos poucos autores a se aprofundar de forma sistemática sobre o tema; bem como os estudos de Bruce Block que nos oferece ferramentas para entender o trailer em função da maior ou menor intensidade da narrativa e dos impactos visuais.

Como exercício de análise faremos uma simples aplicação dos conceitos de Block sobre uma amostra de 80 trailers escolhidos a partir da temporada de lançamentos do final de 2008 apenas como forma de exemplificar o uso prático do método do autor.

A questão fundamental do direcionamento ao espectador não apenas através da história a ser contada, mas também de todo o tipo de recurso disponível para conseguir a atenção desse espectador, será vista de forma detalhada nos textos do capítulo 3.

Se essa introdução é uma espécie de trailer desse estudo, meu interesse é de que ela motive o leitor a prosseguir pelo resto do texto, sem que ao final haja a frustração de não achar o que se procurava, mas sim o encontro com a possibilidade de uma visão mais ampla do tema a que ora nos propomos.

CAPÍTULO 1 CONTEXTUALIZANDO O TRAILER

1.1 Histórico

Segundo Lisa Kernan a definição clássica do trailer é “[...] um breve texto fílmico, que apresenta imagens de um filme específico, comprovando sua qualidade, e criado para exibição nos cinemas, para promover o lançamento desse filme.”¹ (KERNAN, 2004, p.1).

Kernan faz mais duas observações interessantes:

[...] mesmo sendo uma forma de publicidade, eles são também uma forma única de exibição da narrativa fílmica, onde o discurso promocional e o prazer narrativo estão conjugados [...]. Trailers são paratextos² fílmicos especialmente interessantes para estudo numa era em que as narrativas promocional e visual são cada vez mais difíceis de separar em todos os meios de massa. (KERNAN, 2004, p.1)³

Apesar de obter um espaço cada vez maior nas grandes campanhas da indústria cinematográfica, a história do trailer remonta ao início do século XX.

O termo trailer, segundo alguns autores, vem de “tail”, que quer dizer cauda em inglês e, mais especificamente no cinema, a ponta de filme não utilizada no fim do rolo da película cinematográfica. Trailer em inglês também significa seguir,

¹ I am defining a movie trailer as a brief film text that usually displays images from a specific feature film while asserting its excellence, and that is created for the purpose of projecting in theaters to promote a film’s theatrical release. (Texto original traduzido pelo autor)

² O termo “paratexto” é usado por Gérard Genette para definir elementos textuais que emergem de um texto específico sem fazer diretamente parte dele, tais como críticas, publicidade e material de divulgação prévia sobre esse texto. No caso que discutimos aqui se trata de um texto fílmico, do filme.

³ While trailers are a form of advertising, they are also a unique form of narrative film exhibition, wherein promotional discourse and narrative pleasure are conjoined [...]. Trailers are film paratexts that are especially important to study in a era when promotion and visual narrative have become increasingly difficult to disentangle in all kinds of popular media[...].” (Texto original traduzido pelo autor)

ir atrás. No caso do cinema, era essa a posição dos primeiros trailers no rolo do filme, ou seja, seguindo a seqüência principal.

Um dos registros mais antigos de sua utilização é descrito por Lou Harris, que em 1960 era chefe da divisão de Trailers da Paramount. Segundo ele, em Rye Beach, New York, em 1912, um exibidor mostrou um episódio da série “The Adventures of Kathlyn” no qual no final a atriz principal é atirada na cova de um leão. Na seqüência foi exibido um texto com os dizeres “Does she escape the lion’s pit? See nest week’s thrilling chapter!⁴”.

De uma forma bem diferente da atual e realmente na posição sugerida por seu nome, isto é, no final dos filmes que eram apresentados, os trailers normalmente eram constituídos de avisos só com textos sobre outras produções em exibição no local. Posteriormente pedaços de filmes com trechos das atrações que estavam já programadas para exibição começaram a ser usados. No caso das séries eram usados trechos do episódio seguinte, uma prática que depois chegou até às novelas de televisão.

O trailer na realidade começou a ser usado para resolver dois problemas dos exibidores. O primeiro, manter a freqüência dos espectadores nas salas de cinema. Com o anúncio de novas atrações o público era informado dos lançamentos e motivado a retornar. O segundo, inserir intervalos entre as exibições dos filmes que, antes do trailer, eram contínuas possibilitando às pessoas a ficar indefinidamente dentro das salas, ocupando lugares por muito tempo e pagando apenas um ingresso.

Posteriormente quando os créditos finais dos filmes foram crescendo e incluindo muito mais informações do que apenas “The end”, a posição dos trailers no final do rolo ficou prejudicada porque era preciso esperar muito para ver as próximas atrações. A partir daí a exibição do trailer foi antecipada, sendo exibida antes da atração principal, prática que se mantém até hoje.

Segundo Michael Shapiro, em seu documentário “Coming Attractions – The history of the movie trailer”, a Paramount, por volta de 1916, foi a primeira

⁴ Escapará ela do buraco do leão? Veja no emocionante capítulo da semana que vem. (Tradução do autor)

companhia a montar uma estrutura própria para a produção de trailers dos seus filmes, colocando-os em rolos diferentes, facilitando que fossem rodados antes dos filmes em exibição. Já Lisa Kernan cita a Warner Brothers como precursora desse recurso, também ainda na era dos filmes mudos.

A partir de 1919, com o início das atividades da National Screen Service – NSS, uma empresa que se propunha a produzir e distribuir por toda a América o material promocional dos estúdios, começava um monopólio de quase 40 anos no controle do trailer e da publicidade do cinema.

A NSS tinha um contrato com os principais estúdios da época que garantia a ela a exclusividade de acesso ao material dos filmes para a produção dos trailers, bem como de outros materiais como cartazes e fotos de cena dos filmes; exclusividade que começou a ser questionada pelos estúdios.

Ao longo dos anos as grandes empresas da indústria cinematográfica foram montando suas próprias estruturas internas de produção de material promocional, como fez a Warner Bros em 28 e a MGM em 34.

A NSS continuou, apesar de tudo, a produzir trailers até por volta dos anos 80, entretanto, com seu antigo poderio sendo reduzido até a situação de atuar apenas na área de distribuição.

Hoje grande parte da produção de trailers está a cargo de empresas especializadas, também conhecidas em Hollywood como *trailer houses*, que foram se constituindo a partir da experiência de ex-funcionários dos estúdios que trabalhavam nas estruturas internas de montagem.

Na década de 70 a indústria do cinema descobriu a televisão como um importante veículo para divulgação de seus produtos. Os trailers deixam então de ser exclusivamente produzidos para as salas de exibição e ganham formatos principalmente com tempos definidos para inserção nos espaços comerciais das emissoras de TV.

Na década de 80 a estética da MTV – Music Television acaba influenciando também a edição dos trailers que se tornam mais ágeis e dinâmicos. O progressivo aumento dos recursos de produção e edição vai pouco a pouco

modificando a aparência final dos trailers em direção ao produto que hoje vemos em vários lugares.

Nos anos 90 a inserção do computador e das novas ilhas de edição não linear tornam-se prática comum nas *trailer houses*, possibilitando a montagem de sequências com pedaços (takes) bem menores, às vezes até com duração abaixo de 1 segundo. É o início de um novo patamar da experiência visual que discutiremos mais a frente de forma mais detalhada.

No século XXI a internet abre-se como novo meio de divulgação dos produtos da indústria cinematográfica. Milhares de sites são criados pelos estúdios, por terceiros que exploram a cadeia comercial envolvida no lançamento de novos filmes, bem como por fãs dos diversos gêneros, personagens e histórias.

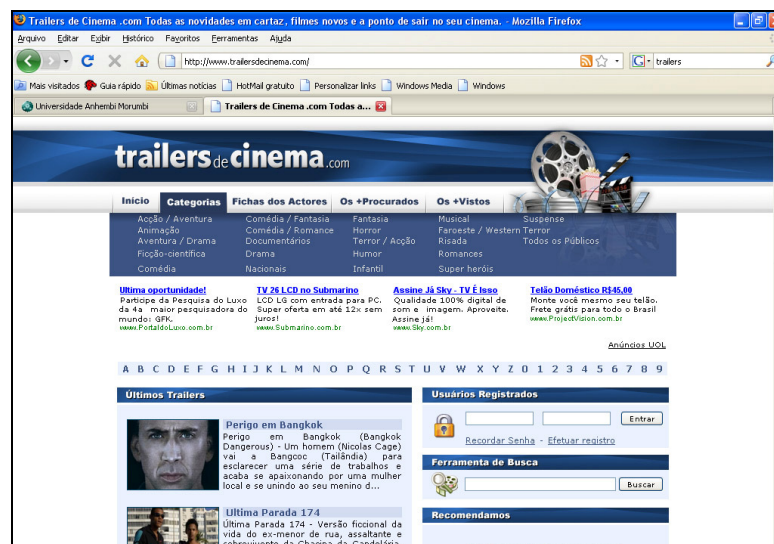


Figura 1 - Exemplo de site de trailers na internet: www.trailersdecinema.com

Fonte: www.trailersdecinema.com

Uma breve consulta no Google com as palavras “movie trailers” nos oferece mais de 61 milhões de referências.

Atualmente a produção de um trailer da indústria de Hollywood pode variar de 100 a até 500 mil dólares, obviamente com exceções para mais e para menos, e é feita por profissionais especializados nessa atividade.⁵

No Brasil os custos são menores e variam em torno de 30 mil reais.

Estudos como o de Vinzenz Hediger, de 1999, demonstram que, apesar dos altos custos atuais, o trailer é um bom negócio. Em média, segundo ele, os trailers consomem cerca de 4,5 por cento dos orçamentos dos filmes, mas são responsáveis diretamente por pelo menos cerca de 20 por cento de sua audiência.

Kernan (2004), em seu livro *Coming Attractions – Reading American Movie Trailers*, divide a trajetória do trailer hollywoodiano em quatro fases:

- a) a primeira - uma espécie de pré-história do trailer vai de 1912 a 1927;
- b) a segunda - que ela chama de era clássica, vai de 1927 a 1950;
- c) a terceira - que ela chama de era de transição, vai de 1950 a 1975;
- d) a quarta - que ela chama de era contemporânea, vai de 1975 aos dias atuais.

Esta divisão nos ajuda a recortar melhor o objetivo do presente estudo na área do trailer hollywoodiano contemporâneo, isto é aquele que se refere a filmes da indústria americana do cinema pós -75, um período que alguns autores chamam de Nova Hollywood e que Mascarello caracteriza,

pelo abandono progressivo da pujança narrativa típica do filme hollywoodiano até meados de 1960, e também por assumir a posição de carro chefe absoluto de uma indústria fortemente integrada, daí em diante, à cadeia maior de produção e do consumo midiáticos (cinema, TV, vídeo, jogos eletrônicos, parques temáticos, brinquedos etc). (MASCARELLO, 2006, p.57)

Esse objetivo de integração é conhecido pelo termo *“high concept”* que também é utilizado para se referir ao modelo de negócios iniciado em filmes desse período, marcado pelo lançamento dos *blockbusters* “Tubarão” de 75 e “Guerra nas Estrelas” e “Embalos de Sábado à Noite”, ambos de 77.

⁵ Como em “The Hollyday”, traduzido no Brasil como, “O Amor não Tira Férias” onde a atriz Cameron Diaz é a bem sucedida proprietária de uma empresa que faz trailers e que em certos trechos do filme revê seus problemas e dúvidas amorosas nesse formato.

De novo usamos o texto de Mascarello para definir o filme *blockbuster* ou traduzindo para o português, “arrasa quarteirão”.

Filmes que em sua maioria tem custo de produção alto (normalmente por conta de cachês e efeitos especiais), custos de lançamento também elevados e às vezes próximos ou superiores aos custos de produção (em razão do número elevado de cópias e da publicidade massiva) e rápida “queima” do filme no circuito primário de exibição, não importando o quão positivo seja o boca-a-boca, já que eventuais prejuízos de bilheteria, através da lógica do high concept, poderão ser compensados nos mercados secundários de exibição, bem como através dos produtos conexos. (MASCARELLO, 2006, p.349)

O que Mascarello chama de mercados secundários são em síntese o mercado da exibição nas redes de televisão, nas locadoras e o mercado de licenciamento de produtos baseados em personagens ou filmes para a indústria dos games, dos parques temáticos, de brinquedos e de qualquer outro segmento que tenha interesse em associar sua marca à de um filme de sucesso.

A indústria usa o termo “franquias” para grandes sucessos que se desmembraram em tantos outros produtos que já não podem ser mais vistos apenas como um filme, mas sim verdadeiros negócios independentes que continuam gerando receitas por vários anos após o lançamento do filme que lhes deu origem. “Parque dos Dinossauros”, “Homem Aranha” e “Batman” estão nessa categoria. Coloco os nomes entre aspas para caracterizar que aqui não me refiro mas a um filme específico, lançado em determinado ano, mas sim a uma franquia que se desenvolve a vários anos.

É justamente a forma de conceber as possibilidades sinérgicas da produção cinematográfica (ou seja, não existe mais um produto a ser comercializado e sim uma série de receitas diferentes a partir do filme original) dessa indústria que vai levar o trailer a transformar-se em um dos elementos mais importantes na estratégia do *blockbuster high concept*, disputando a atenção cada vez mais cobiçada do espectador.

1.2 O contexto econômico

A indústria do cinema também se desenvolveu e aperfeiçoou seus mecanismos de sobrevivência ao longo dos anos.

Os grandes estúdios inicialmente controlavam não só a produção, mas também a exibição dos filmes. Era deles a propriedade das grandes redes de salas de cinema. No final dos anos 40, tiveram que abrir mão dessa segunda etapa do processo, a da exibição, devido às mudanças na legislação americana que passou a impedir essa integração que dava a eles enormes vantagens em relação a qualquer outra companhia independente.

A televisão, que quando surgiu foi tida como a principal inimiga da indústria do cinema, com o passar dos anos tornou-se sua principal parceira a partir da compra e do licenciamento para a exibição dos filmes e séries produzidos.

A principal fonte de receita dos estúdios que até o final dos anos 40 era a receita da bilheteria, teve que ser completada e, posteriormente praticamente substituída no topo, pelas receitas de venda dos conteúdos para as redes de TV abertas e a fechadas, bem como para a venda em VHS e posteriormente em DVD, além do licenciamento de personagens e temas para a indústria de games e brinquedos.

Hoje mesmo os filmes que são divulgados pelos estúdios como grandes sucessos de bilheteria e faturamento dariam prejuízo se dependessem apenas dessa receita. Normalmente os números divulgados são brutos e não consideram todos os custos como a participação paga às redes exibidoras, aos contratos com atores e produtores, os custos de cópias, marketing e manutenção de um filme em um grande número de cinemas.

Essa nova fórmula, que foi inicialmente inserida por Walt Disney com o licenciamento do uso da imagem do Mickey para diversos produtos ainda na década de 30, abriu para a indústria anos depois a porta que a salvou de graves problemas em função da concorrência da televisão, das mudanças na lei e

posteriormente do advento dos videocassetes (hoje DVDs e Discos Blue Ray) que reduziram grandemente o número de bilhetes vendidos no cinema.

Quando Disney começou a trabalhar essa fórmula foi motivo até de risada entre os grandes executivos dos estúdios. Entretanto no início da década de 70, foi através dela que surgiu o que depois ficou conhecido como Nova Hollywood, baseada na venda não de um produto, mas na integração de várias receitas possíveis advindas do produto inicial filme.

Esse modelo, também conhecido como “high concept” deu um novo fôlego à indústria do cinema, impulso esse que a movimentou até hoje.

Tabela 1 – Receita mundial dos principais estúdios: período de 1948 a 2003 em bilhões de dólares com inflação corrigida

Ano	Salas de cinema	Vídeo e DVD	TV paga	TV aberta	Total	Participação da bilheteria na receita total do filme
1948	6,9	0	0	0	6,9	100%
1980	4,4	0,2	0,38	3,26	8,2	53%
1985	2,96	2,34	1,041	5,59	11,9	25%
1990	4,9	5,87	1,62	7,41	19,8	25%
1995	5,57	10,6	2,34	7,92	26,43	21%
2000	5,87	11,67	3,12	10,75	31,4	19%
2003	7,48	18,9	3,36	11,4	41,1	18%

Fonte: Motion Picture Association – Worldwide Market Research - 2003

A tabela acima demonstra claramente, entre outros fatos, o progressivo crescimento das receitas fora das salas de cinema e como a participação relativa da receita de exibição nos cinemas caiu de 100% em 1948 para menos de 20% em 2003.

Observemos também que nessas receitas não estão as de licenciamento para games, parques e produtos diversos. Caminho iniciado por

Disney em 1932 quando licenciou pela primeira vez o uso do personagem Mickey Mouse para fabricantes de relógios.

Se imaginarmos que em 1948 o custo de produção dos filmes era infinitamente menor do que é hoje, com cachês astronômicos e efeitos digitais, é fácil concluir também como essa nova fórmula possibilitou a manutenção da indústria do cinema americano nos dias de hoje, viabilizando o que seria impossível apenas com a receita das bilheterias.

Independentemente de como a indústria fatura, é obvio que o sucesso na bilheteria é um fator importante para alavancar os novos negócios que surgiram com a integração.

Por isso a preparação do sucesso do filme, que tem como uma de suas ferramentas principais o trailer, em tese, apesar das mudanças da origem das receitas, não mudou.

O planejamento da divulgação do filme que começa desde que o projeto recebe o chamado sinal verde dos executivos do estúdio para ir em frente, passa primeiro pela edição de um *teaser* trailer, um trailer de menor duração de no máximo 60 segundos e que às vezes começa a ser veiculado com mais de um ano de antecedência em relação à data ou período estimado para o lançamento do filme.

Nesse momento, com a redução do tempo a ser utilizado e pela grande indefinição ainda de como será a versão final editada do filme que irá para os cinemas, é óbvio que o *teaser* não mostrará muito da sua narrativa original.

O *teaser* de Austrália (2008), filme com Hugh Jackman e Nicole Kidman, mostra basicamente que os dois conhecidos atores estão no filme, que há um romance e que também haverá ação. Nada mais do que isso.

Só podemos inferir que a trama se passa na Austrália pelo título do filme e, para os mais informados, pelo conhecimento prévio de que os dois são atores nascidos lá. Não há como ir além. Maiores são as lacunas deixadas e mais margem para a complementação do espectador haverá.

Num dos *teasers* de Batman - O Cavaleiro das Trevas (The Dark Knight – 2008) há apenas o símbolo do morcego que vai se formando e depois se desintegra, sua duração é toda preenchida por trechos das vozes dos personagens do Coringa e até do mordomo Alfred.

Com o trailer maior, novas informações serão passadas, mas não será nele que os detalhes da história serão informados, mas sim no farto material promocional e noticioso que será distribuído na imprensa especializada . Ali sim saberemos de detalhes da história, infelizmente não com a experiência direta da visualização das seqüências do filme, no máximo com fotos estáticas; o que não é a mesma coisa.

O espaço dado aos trailers nos circuitos de exibição também é motivo de grandes negociações. Em tese, a partir de um acordo original vigente desde a época em que os estúdios eram os proprietários dos cinemas, a exibição dos trailers não é paga e, portanto, potencialmente problemática. Parte do tempo disponível antes da exibição do filme pode ser vendida para a exibição de comerciais, o que representa uma receita adicional que os trailers acabam reduzindo. Mas nem sempre é tudo tão simples assim.

A negociação inclui a pressão que as distribuidoras podem fazer para garantir a exibição dos seus grandes sucessos. Muita coisa depende também do sucesso esperado para o filme que o trailer apresenta e do desempenho do filme em cartaz que ele antecede.

A importância dos trailers na cadeia econômica envolvida no lançamento de um filme produziu até uma premiação especial para os melhores trabalhos nessa área. O Golden Trailer Awards, que em 2009 chega à sua décima edição, tornou-se um evento relativamente prestigiado e tem um site completo na internet em: www.goldentrailer.com.



Figura 2 - Site do Golden Trailer Awards - www.goldentrailersawards.com

Fonte: www.goldentrailer.com

Lá encontramos um diretório de todas as premiações concedidas, links para produtoras especializadas, locutores conhecidos na indústria do trailer, bem como para outras empresas que trabalham nesse nicho da indústria do cinema.

Na imagem abaixo vemos apenas parte da grande lista de *trailers houses* hoje em operação no mercado americano.

TRAILER HOUSES		
Acme Trailer Company	Larry Baldauf, Scott Walls, Mike Camp	323.785.1300
Alkemi Entertainment	Ed Glass, Barry Schoor, Kenji Thielstrom	323.525.1155
Aqlet Post	Karl Hirsch	323.465.1243
Ant Farm, The	Rodd Perry, Andy Solomon	323.850.0700
Aspect Ratio		323.467.2121
AV Squad	Seth Gaven	818.990.4401
Bayside Entertainment	Joanie Wynn	415.332.5033
Big Boss Creative	Shawn Austin	818.841.8900
Big Picture Entertainment	Ryan Hegenberger, Barton Diffe	310.836.8888
Big Science Film	Stuart Robertson, Marti Mattox	323.661.4510
BLT & Associates	Kim Verros	323.860.4000
Brain Zoo	Lori Gloede	818.785.1124
Brainsoup Studios	Stefanie Betti	626.396.9944
Buddha Jones	John Long, Bill Carroll	323.962.5100
Butcher Shop, The	Joe E. Botana	323.350.3348
Celluloid Heroes	Jordan Levine	818.557.1644
Chopper Pictures Inc	Richard Peirce	416.466.7333
Cimarron Group, The	Lynn Peck	323.337.0300
Craig Murray Productions	Greg Hollander	818.729.3268

Figura 3 - Lista parcial de *trailers houses* na América

Fonte: www.goldentrailer.com

Em 2008, um dos trailers premiados foi o de Batman - O Cavaleiro das Trevas – (The Dark Knight – Warner Bros) que justamente por ser de um filme de sucesso e com um trailer bem editado recebeu a escolha dos jurados envolvidos na premiação. Batman foi escolhido como melhor trailer de filme de ação de 2008 (Best Action – 2008) . Vejamos na imagem abaixo parte da lista das premiações do Golden Trailer Awards 2008 encabeçada por Batman .



GOLDEN TRAILER AWARDS

HOME | ABOUT | AWARDS | SHOW | MOBILE | TRAILERS
 GTA9 | GTA8 | GTA7 | GTA6 | GTA5 | GTA4 | GTA3 | GTA2 | GTA1

9th Annual Golden Trailer Award Nominees
 *Trailers are listed in Alphabetical Order by Film Title
 *Winners are promoted to the top of their category

Join Mailing List for Updates!

[TRAILER HOUSE DIRECTORY](#)

Best Action
 The Dark Knight, Warner Bros., Intralink Film
 Hellboy 2, Universal Pictures, Workshop Creative
 Iron Man, Paramount Pictures, Create Advertising Group
 Live Free or Die Hard, 20th Century Fox, Trailer Park

Best Animation/Family
 Enchanted, Walt Disney Pictures, Craig Murray Productions
 Kung Fu Panda, Paramount Pictures, Buddha Jones
 Mr. Magorium's Wonder Emporium, Fox/Walden Films, Trailer Park
 Shrek the Third "Then", Paramount Pictures, Sameth ADV/The Ant Farm

Best Comedy
 Tropic Thunder, Paramount Pictures, Buddha Jones
 Forgetting Sarah Marshall, Universal Pictures, Workshop Creative
 Juno, Fox Searchlight, Tea:Wonderland
 Meet Bill, First Look Studios, GoodSpot
 Pineapple Express, Columbia Pictures, Ignition Creative

Best Documentary
 Where in the World is Osama Bin Laden?, The Weinstein Co., Buddha Jones
 In the Shadow of the Moon, ThinkFilm, Celluloid Heroes
 Sicko, Lionsgate/Weinstein Co., Ignition Creative
 Standard Operating Procedure, Sony Pictures Classics, The Grossmyth Company
 Surfwise, Magnolia Pictures, Big Science Film

Figura 4 – Lista parcial das premiações do Golden Trailer Awards 2008

Fonte: www.goldentrailer.com

No site, inclusive, é possível ver um trailer da própria premiação que mostra vários momentos do show de entrega das estatuetas que tem o formato de um trailer dourado (desses de camping que as pessoas rebocam nos carros), numa edição estruturada com os trailers dos filmes, com telas de caracteres, cortes rápidos e edição ágil.

O negócio dos trailers também é parcialmente mostrado no filme “O Amor Não Tira Férias”, tradução do original “The Hollyday” onde uma das personagens principais, vivida por Cameron Diaz, é proprietária de uma bem sucedida empresa de produção de trailers que acaba visualizando suas dificuldades amorosas em pensamentos editados como trailers de filmes.

Ao mesmo tempo em que são ferramentas fundamentais para a divulgação dos filmes, os trailers acabam tornando-se um custo considerável. Sua produção pode chegar facilmente a mais de 300 mil dólares e, principalmente, se forem divulgados em cadeias de TV (e normalmente são nos filmes de maior orçamento e para os quais há maior expectativa de faturamento) o custo de veiculação desse comercial especializado pode chegar à casa dos milhões.

Entretanto os custos do trailer são tidos como um investimento necessário sem o qual seria impossível alcançar o nível de conhecimento desejado na época do lançamento do filme de forma a garantir números grandiosos de público na fundamental semana de estréia.

O advento da internet abriu para os trailers uma nova janela de exibição integrada com muitos outros materiais ou textos que são gerados durante a produção de um filme.

Esse material e principalmente os trailers constituem o próprio site do filme e também estão presentes em sites especializados em trailers e lançamentos da indústria cinematográfica, bem como em portais de vídeo com o YOU TUBE e portais genéricos como o TERRA, o IG e o UOL no Brasil, todos com suas áreas dedicadas aos trailers e aos lançamentos cinematográficos.

É nesses sites especializados que podemos fazer outra constatação. A maioria dos filmes considerados *blockbusters*, os arrasa quarteirões recheados de atores famosos e grande verba publicitária, têm não um ou dois trailers, mas uma verdadeira série de *trailers e teasers* com edições diferentes. Há opções para todos os gostos, não só nas escolhas das cenas, mas também em tamanho da tela, resolução de imagem e adequação às saídas tão diversas quanto os novos monitores de tecnologia *high definition* (HD) até às telas reduzidas dos *ipods* e celulares mais modernos, que tem capacidade de baixar e visualizar imagens em movimento que chegam pelas redes das operadoras de telecomunicação.

Um filme de sucesso como 300 (Warner Bros – 2007) teve para sua divulgação mais de 10 versões diferentes de *trailers e teasers* produzidos.

Há também versões específicas para a veiculação em TV e para períodos determinados como o da semana de lançamento do filme, época do mais intenso esforço de comunicação dos estúdios e dos distribuidores.

A internet também é responsável pela popularização do gosto pelos trailers e por sua forma reduzida e direta de apresentar os lançamentos. Há sites dedicados a eles em grande quantidade e uma das mais novas modas é a conhecida como *fanmadetrailers*, ou seja, os trailers que são produzidos pelos fans.

Com o barateamento generalizado das ferramentas de hardware e software necessários para capturar e editar imagens em movimento nos computadores fica bem fácil, a partir da grande quantidade de material disponível hoje na própria internet, reeditar e produzir novas versões de trailers conhecidos e até trailers de filmes que nem existem ainda a não ser nos sonhos dos amantes dos filmes.

Um dos grandes sucessos atuais dos sites de *fanmadetrailers* e do próprio YOU TUBE é um trailer do suposto lançamento da versão em filme do desenho animado Thundercats que teria Brad Pitt, Van Diesel e outros atores famosos representando os heróis felinos.

Essa facilidade de processamento e reordenação permitida hoje pela tecnologia disponível e até gratuita encontrada na internet abre espaço para a imaginação dos fãs numa espécie de reverso do imaginário que a indústria faz da audiência.

Os trailers são normalmente feitos e editados a partir desse imaginário, ou seja, do que a indústria acredita que seus espectadores gostam e do que tem interesse. É óbvio que, mesmo com todos os testes e pesquisas qualitativas feitas há sempre uma considerável margem de erro e os grandes fracassos dessa indústria estão aí para provar isso.

A internet e a enorme liberdade de intervenção oferecida aos internautas na área de produção de vídeo e veiculação dos conteúdos por eles produzidos abrem uma nova fonte de pesquisa para a qual a indústria já direciona suas atenções.

Outro fato interessante é que o modelo dos trailers hoje não é mais usado apenas para o lançamento de filmes. Há trailers de games, de séries de TV e até no lançamento de livros, como no sucesso editorial “O SEGREDO” que usou e veiculou uma peça em vídeo totalmente editada com as características dos trailers dos filmes.

Em síntese, a fórmula dos trailers tem se mostrado através dos anos bastante eficiente e por isso é cada vez mais utilizada por toda a indústria do entretenimento nas suas campanhas de divulgação.

1.3 A serialidade do trailer

Um fenômeno que está intimamente ligado ao modelo *high concept*, já discutido na parte anterior, sobre a produção de trailers é que os filmes de grande orçamento, e até mesmo os que não podem ser considerados *blockbusters*, hoje não tem apenas um trailer e sim um conjunto de peças que tem o mesmo objetivo de promover o filme.

Apesar do objetivo comum, esses trailers acabam se diferenciando em função da escolha das imagens editadas, do período em que serão veiculados e do veículo utilizado (cinema, TV, internet).

Em relação ao período de veiculação temos uma divisão básica entre os *teaser trailers* ou *avant-trailers*, que chamaremos aqui apenas de *teasers* e os *regular trailers* ou simplesmente *trailers*.

Um *teaser* normalmente tem tempo abaixo de 60 segundos sendo 15 a 30 as durações mais comuns. Ele normalmente começa a ser veiculado meses antes do lançamento do filme, que às vezes nem tem ainda uma data definida. Há casos de teasers que foram divulgados na internet até um ano antes do lançamento do filme, como Matrix Reloaded, Homem de Ferro e Batman – O Cavaleiro das Trevas.

Num *teaser* há poucas referências à história que será contada e seu objetivo principal é iniciar um trabalho de aumento do nível de conhecimento do público a respeito daquele filme específico.

Já o trailer tem duração maior e normalmente é a peça que inicia a contagem regressiva para o lançamento do filme já com data definida.

Um trailer segundo a Motion Picture American Association (MPAA) deve ter até dois minutos e trinta segundos de duração podendo, apenas em casos excepcionais, chegar a 3 minutos. No Brasil as médias são semelhantes.

Uma curiosidade nos Estados Unidos é que lá existe até uma norma para limitar o nível de decibéis, ou seja, o nível do volume do som dos trailers. Essa norma que é de 1999 foi definida após a constatação de que os trailers na ânsia de conseguir a atenção do espectador estavam cada vez mais altos.

Outro fator que gera variações do trailer é o veículo para o qual se destina. Enquanto os tempos das peças para cinema podem ter duração maior, as que vão para TV normalmente têm duração de 15 ou 30 segundos para se adaptarem ao tamanho padrão dos comerciais de televisão que devem ser múltiplos de 15.

Na internet os trailers são veiculados pelo processo de streaming onde o usuário acessa o servidor de mídia onde está o arquivo e começa a ver quase que imediatamente o vídeo, como no YOU TUBE, por exemplo. Há também a possibilidade, em muitos casos, do download (copiar o arquivo do servidor para a máquina do usuário), entretanto nesse processo há uma espera maior envolvida na transferência desse arquivo. Espera que vai variar em função da velocidade da conexão disponível na máquina que vai receber o material.

Essa variação de velocidade de conexão faz com que a oferta dos trailers também seja dividida em opções para conexões mais lentas ou mais rápidas ou ainda em formato padrão ou SD do inglês *standart definition* ou ainda em HD, *high definition*, que tem qualidade muito maior.

Infelizmente a lógica do vídeo na internet é bem simples: quanto maior a qualidade da imagem, maior o tamanho do arquivo e, portanto maior a velocidade de

conexão exigida para que a experiência do usuário não seja ruim devido a uma longa espera.

Essas possibilidades acabam se consolidando então em opções para baixa, média e alta velocidade em SD ou ainda alta definição, HD e recentemente também com opção para equipamentos reprodutores de vídeo portáteis como o *ipod* da Apple e seus clones, bem como vários modelos de celulares e *smartphones*.

Toda essa diversidade é complementada também pela própria edição que é feita no trailer. Como o estúdio às vezes tem o objetivo de destacar vários aspectos da produção poderá optar por uma versão com a edição mais focada nas melhores cenas de ação, outra nos artistas e outra na história em si que será mais detalhada a partir de legendas explicativas e partes das falas dos personagens.

Se antes já deixamos claro que o trailer não pode ser considerado simplesmente uma versão reduzida do filme que representa, mas sim uma versão reconfigurada dessa narrativa, através de uma forma de construção própria; é óbvio também que as relações entre o trailer e o filme são inegáveis, a começar pelos atores e o próprio título comum.

A partir da constatação dessa multiplicidade de peças relativas ao mesmo filme e a lógica do modelo *high concept* já explicada, poderíamos pensar então na idéia de serialidade que parece existir nesses casos, funcionando como um elo comum entre esses vários elementos.

Ao pensarmos então nessas duas unidades – o trailer e o filme – e suas relações entre elementos comuns e não comuns é possível também pensar nas propostas de categorização da serialidade descritas por Umberto Eco (1989) em seu artigo “A Inovação no Seriado” quando descreve sua tentativa de analisar o que chama de “tipologia da repetição”.

Eco (1989) propõe algumas categorias para a serialidade. São elas:

a) A retomada – uma repetição de um tema de sucesso. Filmes como Batman e Homem Aranha e suas continuações podem servir aqui de exemplo.

b) O decalque – segundo Eco “consiste em reformular, normalmente sem informar ao consumidor, uma história de sucesso”. Uma espécie de decalque explícito e declarado como tal é o “remake”

c) A série – a série propriamente dita tem sua repetição fundada basicamente na estrutura narrativa:

Temos uma situação fixa e certo número de personagens principais da mesma forma fixos, em torno dos quais giram personagens secundários que mudam, exatamente para dar a impressão de que a história seguinte é diferente da história anterior. (ECO, 1989, p. 123)

d) A saga – é definida como uma sucessão de eventos, aparentemente sempre novos, que se ligam , ao contrário da série, ao processo histórico de um personagem, ou melhor, a uma genealogia de personagens.

e) O dialogismo textual – é a categoria onde a repetição se dá de forma mais sutil a partir de referências que um texto pode fazer a outro. No filme Os Caçadores da Arca Perdida, de Steven Spielberg, o personagem principal Indiana Jones tem que enfrentar um gigante que o ameaça com uma espada. Depois de vários malabarismos do opositor com sua arma, Indiana saca um revólver e dá um tiro no gigante, resolvendo rapidamente o combate antes mesmo dele acontecer. Em Indiana Jones e o Templo da Perdição, o herói encontra dois inimigos e quando aparentemente vai resolver a situação do mesmo jeito, descobre que está sem o revólver, tendo que achar outra solução. A cena do segundo filme faz claramente uma referência à do primeiro, numa repetição que requer do espectador o conhecimento prévio do filme anterior para que possa apreciar e compreender a citação. O dialogismo pode ser uma homenagem declarada a um autor, diretor ou personagem e gerar intertextualidades entre o cinema e a TV. No segundo filme do Hulk estrelado por Edward Norton há uma cena em que aparece um vigia de um prédio interpretado pelo ator Lou Ferrigno, fisiculturista que interpretava o personagem do Hulk na série de TV dos anos 80, que inclusive foi exibida no Brasil. No novo filme alguém diz para o vigia “you are the man”, traduzido na versão em português como “você é o cara”, numa clara homenagem ao antigo ator.

O trailer se apropria de várias dessas possibilidades para conseguir seu objetivo final que é convencer o espectador a ver o filme que ele representa.

A idéia do dialogismo intertextual também será mais discutida a frente para reforçar nosso entendimento de que o trailer trabalha com as expectativas e experiências anteriores do espectador, que acaba completando as lacunas que o trailer vai deixando sobre a história, mesmo quando esse dialogismo de fato não se confirma na versão final do filme.

Um outro elemento narrativo que poderíamos utilizar, na tentativa de compreensão do papel do trailer numa relação de serialidade, seria a figura do *flashforward* que Jacques Aumont em seu livro a Estética do Filme, falando sobre a ordem narrativa, descreve assim:

Ao contrário, podem ser encontrados elementos da narrativa que tendem a evocar por antecipação um acontecimento futuro da diegese. É certamente o caso do flashforward, mas também de qualquer tipo de anúncio ou indício que permita que o espectador se adiante ao desenvolvimento da narrativa para imaginar um desenvolvimento diegético futuro. (AUMONT, 2005, p.61)

Fazer o espectador “imaginar um desenvolvimento diegético futuro“ é bem o papel do trailer.

Indo ainda mais em direção às formas seriadas propriamente ditas, a figura do prólogo, aquela espécie de resumo que é feito no início dos episódios das séries, também parece lembrar o trailer. Se no prólogo é construída uma edição com imagens que já foram mostradas anteriormente, no trailer a edição se baseia em imagens que, em tese, serão vistas no filme. Tal semelhança nos permite propor aqui, considerando a premissa da serialidade, a idéia do trailer ser uma espécie de “prólogo invertido” onde a construção do suspense e o uso de ganchos é um recurso comum.

Flashforward ou prólogo invertido são possibilidades abertas para a discussão sobre a serialidade no trailer, entretanto, objetivamente poderíamos imaginar três situações possíveis entre as relações do trailer com o filme que ele representa.



Figura 5 – Relação trailer e filme

- a) pensar trailer e filme como elementos isolados onde não há relação de serialidade;
- b) pensar trailer e filme como partes de um mesmo conjunto;
- c) pensar trailer e filme como elementos isolados mas onde existe uma interrelação.

Apenas a primeira situação, que nos parece a mais improvável, excluiria a idéia da serialidade.

Indo mais além e aproveitando para relembrar os recortes definidos nessa pesquisa, ou seja, que essas considerações são feitas em relação ao trailer hollywoodiano contemporâneo, isto é, produzido pela indústria americana do cinema pós-75 (até pela impossibilidade de estender essas considerações a cenários mais amplos); podemos verificar uma relação entre a serialidade e a integração ao modelo do *blockbuster high concept* característico do período estudado.

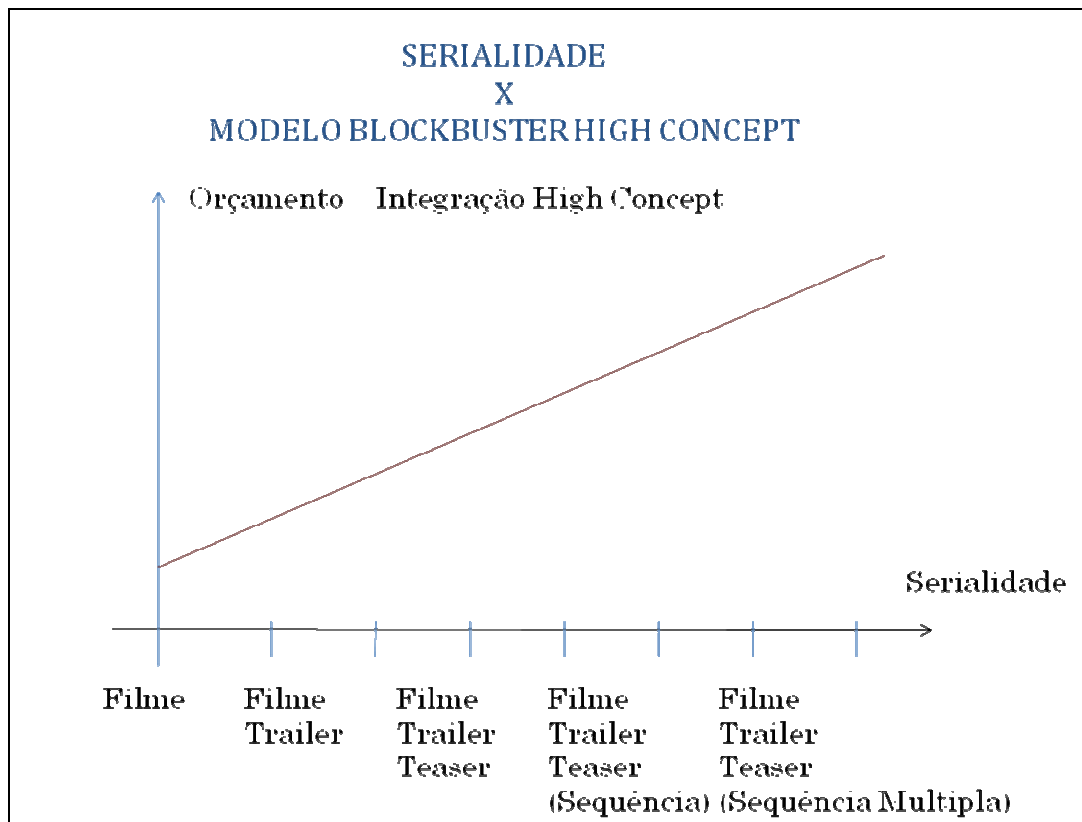


Gráfico 1 – Relação da Serialidade x Integração com o modelo *high concept*.

Fonte: Do autor

Através do gráfico fica claro que quanto mais próximo do modelo do *blockbuster high concept* está a produção, maior será o seu orçamento e conseqüentemente mais será visível a relação da serialidade entre o trailer e os outros elementos que compõem o “produto” dessa indústria.

Na lista abaixo vemos um exemplo prático, no caso a partir do filme “300”, da variedade de opções de trailers e teasers que são gerados em função de apenas um filme para as mais variadas situações e formatos.

Todo o material relacionado abaixo tem como fonte o site www.comingsoon.net a partir do link: <http://www.comingsoon.net/films.php?id=12330>

300



Figura 6 - Filme 300

Fonte: site www.comingsoon.net a partir do link: <http://www.comingsoon.net/films.php?id=12330>

Release Date: March 9, 2007 (conventional theaters & IMAX)

Studio: Warner Bros. Pictures

Director: [Zack Snyder](#)

Screenwriter: [Zack Snyder](#), [Kurt Johnstad](#), [Michael Gordon](#)

Starring: [Gerard Butler](#), [Lena Headey](#), [David Wenham](#), [Dominic West](#), [Vincent Regan](#), [Rodrigo Santoro](#)

Genre: Action, Drama

MPAA Rating: R (for graphic battle sequences throughout, some sexuality and nudity)

Official Website: 300themovie.com

Review: [8/10 rating](#) | [7/10 rating](#)

DVD Review: [8/10 rating](#)

DVD: [Blu-ray Disc](#) | [HD DVD](#) | [Two-Disc Special Edition](#) | [Widescreen](#) | [Full Screen](#) | [DVD \(Limited Collector's Edition\)](#)

Movie Poster: [One-Sheet](#) | [Poster 1](#) | [Poster 2](#) | [Poster 3](#)

Production Stills: [View here](#)

Plot Summary: Based on the epic graphic novel by Frank Miller, "300" is a ferocious retelling of the ancient Battle of Thermopylae in which King Leonidas (Gerard Butler) and 300 Spartans fought to the death against Xerxes and his massive Persian army. Facing insurmountable odds, their valor and sacrifice inspire all of Greece to unite against their Persian enemy, drawing a line in the sand for democracy. The film brings Miller's (Sin City) acclaimed graphic novel to life by combining live action with virtual backgrounds that capture his distinct vision of this ancient historic tale

Teaser:

[QuickTime](#), High Definition

[QuickTime](#), Super Hi-Res

[QuickTime](#), Hi-Res

[QuickTime](#), Med-Res

[QuickTime](#), Lo-Res

[Windows Media Player](#), Super Hi-Res

[Windows Media Player](#), Hi-Res

[Windows Media Player](#), Med-Res

[Windows Media Player](#), Lo-Res

[iPod Video](#), Zipped

[PSP Video](#), Zipped

Trailer (1.16.07):

[QuickTime](#), High Definition

[QuickTime](#), Super Hi-Res

[QuickTime](#), Hi-Res

[QuickTime](#), Med-Res

[QuickTime](#), Lo-Res

[Windows Media Player](#), Super Hi-Res

[Windows Media Player](#), Hi-Res

[Windows Media Player](#), Med-Res

[Windows Media Player](#), Lo-Res

R-Rated Trailer (3.8.07):

[Flash Player](#)

International Teaser:

[QuickTime](#), Super Hi-Res

[QuickTime](#), Hi-Res

[QuickTime](#), Med-Res

[QuickTime](#), Lo-Res

[Windows Media Player](#), Super Hi-Res

[Windows Media Player](#), Hi-Res

Windows Media Player, Med-Res
Windows Media Player, Lo-Res

International Trailer (12.27.06):

QuickTime, High Definition (1080p)
QuickTime, High Definition (720p)
QuickTime, High Definition (480p)
QuickTime, Super Hi-Res
QuickTime, Hi-Res
QuickTime, Med-Res
QuickTime, Lo-Res
Windows Media Player, Super Hi-Res
Windows Media Player, Hi-Res
Windows Media Player, Med-Res
Windows Media Player, Lo-Res

Video Journal 1:

QuickTime, Super Hi-Res
QuickTime, Hi-Res
QuickTime, Med-Res
QuickTime, Lo-Res
Windows Media Player, Super Hi-Res
Windows Media Player, Hi-Res
Windows Media Player, Med-Res
Windows Media Player, Lo-Res

Video Journal 2:

QuickTime, Super Hi-Res
QuickTime, Hi-Res
QuickTime, Med-Res
QuickTime, Lo-Res
Windows Media Player, Super Hi-Res
Windows Media Player, Hi-Res
Windows Media Player, Med-Res
Windows Media Player, Lo-Res

Video Journal 3:

QuickTime, Super Hi-Res
QuickTime, Hi-Res
QuickTime, Med-Res
QuickTime, Lo-Res
Windows Media Player, Super Hi-Res
Windows Media Player, Hi-Res

Windows Media Player, Med-Res
Windows Media Player, Lo-Res

Video Journal 4:

QuickTime, Super Hi-Res
QuickTime, Hi-Res
QuickTime, Med-Res
QuickTime, Lo-Res
Windows Media Player, Super Hi-Res
Windows Media Player, Hi-Res
Windows Media Player, Med-Res
Windows Media Player, Lo-Res

Video Journal 5:

QuickTime, Super Hi-Res
QuickTime, Hi-Res
QuickTime, Med-Res
QuickTime, Lo-Res
Windows Media Player, Super Hi-Res
Windows Media Player, Hi-Res
Windows Media Player, Med-Res
Windows Media Player, Lo-Res

Video Journal 6:

QuickTime, Super Hi-Res
QuickTime, Hi-Res
QuickTime, Med-Res
QuickTime, Lo-Res
Windows Media Player, Super Hi-Res
Windows Media Player, Hi-Res
Windows Media Player, Med-Res
Windows Media Player, Lo-Res

Video Journal 7:

QuickTime, Super Hi-Res
QuickTime, Hi-Res
QuickTime, Med-Res
QuickTime, Lo-Res
Windows Media Player, Super Hi-Res
Windows Media Player, Hi-Res
Windows Media Player, Med-Res
Windows Media Player, Lo-Res

Video Journal 8:

QuickTime, Super Hi-Res

QuickTime, Hi-Res

QuickTime, Med-Res

QuickTime, Lo-Res

Windows Media Player, Super Hi-Res

Windows Media Player, Hi-Res

Windows Media Player, Med-Res

Windows Media Player, Lo-Res

Video Journal 9 (12.12.06):

QuickTime, Super Hi-Res

QuickTime, Hi-Res

QuickTime, Med-Res

QuickTime, Lo-Res

Windows Media Player, Super Hi-Res

Windows Media Player, Hi-Res

Windows Media Player, Med-Res

Windows Media Player, Lo-Res

Video Journal 10 (1.19.07):

QuickTime, Super Hi-Res

QuickTime, Hi-Res

QuickTime, Med-Res

QuickTime, Lo-Res

Windows Media Player, Super Hi-Res

Windows Media Player, Hi-Res

Windows Media Player, Med-Res

Windows Media Player, Lo-Res

Video Journal 11 (2.6.07):

QuickTime, Super Hi-Res

QuickTime, Hi-Res

QuickTime, Med-Res

QuickTime, Lo-Res

Windows Media Player, Super Hi-Res

Windows Media Player, Hi-Res

Windows Media Player, Med-Res

Windows Media Player, Lo-Res

Video Journal 12 (2.27.07):

QuickTime, Super Hi-Res

QuickTime, Hi-Res

QuickTime, Med-Res
QuickTime, Lo-Res
Windows Media Player, Super Hi-Res
Windows Media Player, Hi-Res
Windows Media Player, Med-Res
Windows Media Player, Lo-Res

TV Spot 1 (1.23.07):

QuickTime, Super Hi-Res
QuickTime, Hi-Res
QuickTime, Med-Res
QuickTime, Lo-Res
Windows Media Player, Super Hi-Res
Windows Media Player, Hi-Res
Windows Media Player, Med-Res
Windows Media Player, Lo-Res

TV Spot 2 (1.23.07):

QuickTime, Super Hi-Res
QuickTime, Hi-Res
QuickTime, Med-Res
QuickTime, Lo-Res
Windows Media Player, Super Hi-Res
Windows Media Player, Hi-Res
Windows Media Player, Med-Res
Windows Media Player, Lo-Res

TV Spot 3 (1.23.07):

QuickTime, Super Hi-Res
QuickTime, Hi-Res
QuickTime, Med-Res
QuickTime, Lo-Res
Windows Media Player, Super Hi-Res
Windows Media Player, Hi-Res
Windows Media Player, Med-Res
Windows Media Player, Lo-Res

TV Spot 4 (1.23.07):

QuickTime, Super Hi-Res
QuickTime, Hi-Res
QuickTime, Med-Res
QuickTime, Lo-Res
Windows Media Player, Super Hi-Res

Windows Media Player, Hi-Res
Windows Media Player, Med-Res
Windows Media Player, Lo-Res

TV Spot 5 (1.23.07):

QuickTime, Super Hi-Res
QuickTime, Hi-Res
QuickTime, Med-Res
QuickTime, Lo-Res
Windows Media Player, Super Hi-Res
Windows Media Player, Hi-Res
Windows Media Player, Med-Res
Windows Media Player, Lo-Res

9 Clips (2.19.07):

Flash Player, Various

Clip - "Easy Choice" (2.21.07):

Various

Behind-the-Scenes Clip (3.1.07):

AOL Player, Various

Extended Clip (3.3.07):

Flash Player

Exclusive Lena Headey Interview (3.6.07)

Flash Player

A partir desse extenso exemplo é possível verificar como apenas um filme pode gerar uma numerosa série de trailers.

CAPÍTULO 2 O TRAILER E A NARRATIVA COMO RETÓRICA

2.1 Dispositio

Em seu dicionário da Teoria Crítica, David Macey define a retórica como “a arte da comunicação persuasiva e da eloqüência.” (MACEY, 2000. p.329)

Nos dias de hoje a palavra retórica está muito ligada à idéia de convencimento, de persuasão, independentemente de questões éticas ou morais e muito direcionada a objetivos e a como alcançá-los.

Nem sempre foi assim. A retórica foi desenvolvida como uma disciplina, uma matéria a ser estudada na Atenas de 400 anos antes de Cristo. Nessa sociedade, saber falar em público e comunicar-se com perfeição era essencial para os que desejassem uma vida pública, bem como para todos que quisessem participar das decisões e avaliar os argumentos dos outros, como cidadãos gregos. Em Roma a função da disciplina da retórica era semelhante.

Sendo assim estudar a retórica na antiguidade era um caminho para organizar e planejar o que se gostaria de comunicar, fazendo isso de forma eficiente.

Na retórica clássica aprendia-se que o espectador ou ouvinte poderia ser abordado tanto pela razão, quanto pela emoção. Aristóteles na *Arte da Retórica* e o romano Quintiliano com *De Institutione Oratoria – A Educação do Orador* - em seus estudos dividiam a composição de uma fala ou discurso em 5 etapas:

- a) *inventio* – o descoberta de argumentos válidos e consistentes;
- b) *dispositio* – a ordem em que eram apresentados;
- c) *elecutio* – sua forma de expressão;
- d) *memória* – a recuperação de fatos;
- e) *pronuntiatio* – a entrega do conjunto de argumentos, a execução do discurso.

A retórica clássica devotou grande atenção ao *eleutio*, a arte do orador, mas para esse estudo interessa-nos mais a idéia de *dispositio*, ou seja, o planejamento da ordem em que se vão apresentar os argumentos ou fatos do discurso.

No trailer o trabalho de convencimento do espectador está intimamente ligado à forma como os elementos da narrativa são dispostos. E a primeira coisa que qualquer um pode observar vendo o trailer e depois o filme é que a ordem dos elementos é freqüentemente alterada.

Na reconfiguração da narrativa feita pelo trailer sai de cena a coerência e a consistência espaço temporal que a história do filme vai buscar. Em seu lugar, entra a ordem que pinçará do corpo do filme os elementos que o estúdio, produtor do mesmo, imagina mais terão importância ou forte apelo sobre o público espectador.

Atores conhecidos, cenas interessantes ou fortes, imagens com grande impacto visual. A esses elementos outros serão acrescentados. Grandes legendas com textos que vão direcionar o espectador ou com indicações de prêmios recebidos pelo filme ou ainda com o nome de atores ou diretores famosos. O que for avaliado com potencial de atração será utilizado.

Há ainda exemplos mais claros de alteração da ordem “natural” das coisas. Diálogos que não existem no filme serão apresentados, um olhar distante poderá ser transformado num olhar de grande apreensão, um gesto sem importância poderá ser transformado em algo que parece essencial. No trailer de Batman - O Cavaleiro das Trevas a cena em que o Coringa aplaude debochadamente os policiais que o prenderam foi editada de forma que, após cada aplauso, entra o *take* de uma das explosões do filme que foram planejadas pelo Coringa. O espectador pode imaginar que ao aplaudir o Coringa desencadeia uma seqüência de explosões, quando na verdade a cena das palmas e as explosões, na trama, não estão diretamente conectadas.

Ao conjunto o som será adicionado também com bastante ênfase. Há vozes que parecem ser perfeitas para a gravação das locuções de um trailer. Quem já assistiu muitos poderá identificá-las, inclusive no nosso cinema nacional. Trechos

de falas dos personagens também podem ser inseridos em off cobertos com imagens do filme que as vezes estão bem distantes do momento em que essas falas foram feitas.

A música de fundo também criará a atmosfera que se deseja. Apreensão, tensão, ação, alegria, comicidade.

A edição do trailer nos dias de hoje representa o trabalho que a retórica clássica estudava nos tempos dos gregos e romanos. A elaborada ordem de apresentação dos elementos constrói a estrutura sobre a qual o trailer se reconstrói a partir da narrativa original do filme. Tudo previamente analisado e testado de forma eficiente. *Dispositio*.

E que elementos seriam esses? Sobre que argumentos se apóia o trailer para realizar o seu trabalho?

A pesquisadora Lisa Kernan, em seu detalhado estudo sobre os trailers da indústria do cinema americano argumenta que a lógica do trailer se baseia em 3 elementos: gênero , história e estrelas.

O trailer importará para sua montagem as cenas que trazem de forma mais característica a iconografia do gênero ao qual o filme pretende pertencer. Nos filmes de ação, explosões e impactos terão destaque. Numa comédia desencontros, desentendimentos engraçados, confusões e correrias também estarão presentes. Num filme de terror as cenas de escuridão provavelmente só serão interrompidas pelo close sobre o rosto petrificado pelo medo do personagem que vê o monstro.

A questão do gênero para o produtor pode ser um caminho para criar identificação e, portanto, preferência do espectador que gosta de determinado tipo de filme.

É óbvio que a história também terá papel fundamental. Como veremos a frente, a relação do trailer com o filme ao qual pertence é estranha.

Apesar de não ter o menor compromisso com a fidelidade à história original, o trailer está intimamente ligado a ela. As cenas que usa para sua montagem são do filme, foram feitas para ele, apesar de nem sempre terem permanecido na montagem final. Esse é um ponto interessante a observar: o trailer

pode utilizar cenas que foram filmadas para aquele filme, mas que por algum motivo, foram retiradas da edição final. Sua utilidade aqui passa a ser avaliada não mais em função do conjunto do filme em si, mas sim em função da outra narrativa que o trailer constrói. Para esta pode haver interesse e a cena será reabilitada.

Se provavelmente não há casos de trailers que usam cenas de outros filmes, exceto talvez das trilogias e seqüências; o uso de músicas de fundo e temas já utilizados em outras produções não é algo tão raro assim. Como não há a identificação visual (o que impediria a utilização de imagens de outras produções), no caso da música o objetivo é criar um clima, um ambiente de tensão, expectativa ou excitação e, para tanto, algumas composições parecem ter um apelo de enorme eficiência, sendo repetidas.

A presença de atores, diretores e produtores com grande nível de conhecimento do público também será utilizada pelo trailer como elemento de atração. A citação direta dos nomes ou a utilização de expressões como “dos mesmos produtores de...”, é comum. O sistema dos grandes estúdios de cinema da América, que baseou seu crescimento em função da exploração da imagem de atores e atrizes com grande presença na mídia de forma geral, utiliza justamente esse mecanismo para abrir uma nova frente de identificação com o espectador.

Algo recente que Lisa Kernan não cita em seu trabalho é que com seqüências de grande bilheteria como “Homem-Aranha e Batman”, o próprio personagem vira o pólo de atração, ao invés do ator que o interpreta, podendo haver até troca do profissional (Batman é um exemplo), sem que para o público haja grande diferença (pelo menos antes de assistir no filme), já que ao invés de ver Tobey Maguire, o que interessa é ver o novo filme do Homem-Aranha.

Portanto gênero, história, estrelas (o personagem entre elas) são o tripé sobre o qual, segundo Lisa Kernan, o trailer constrói sua estratégia.

Voltando à retórica, vê-se que o alinhamento dos elementos acima, unidos a outros aspectos, ou seja, seu *dispositio* faz toda a diferença na missão que o trailer tem que cumprir. A retórica de Aristóteles usa o conceito de "*enthymeme*" como uma figura de linguagem onde o orador usa elementos previamente conhecidos do

ouvinte de forma a facilitar o convencimento e dar veracidade ao seu discurso. O trailer vai pelo mesmo caminho.

Enquanto o *dispositio* do filme é governado pela narrativa e pela coerência interna que se quer dar a ela, é importante observar que o *dispositio* do trailer é governado por fatores que vão além da narrativa, tendo, portanto, outros objetivos a serem alcançados, o que mais uma vez explica a reclamação comum de que os trailers enganam o espectador.

O mais correto seria ir ver trailers sem esperar que eles nos contem a história do filme, até porque isso estragaria tudo. O ideal seria ver os trailers como narrativas ou unidades distintas, que é claro vão nos levar ao filme do qual foram feitos, mas sem que tivéssemos a expectativa de ver neles versões reduzidas ou simplificadas do filme original.

Isso minimizaria muitas decepções e nos permitiria apreciar a construção específica do trailer com sua beleza própria ligada à edição, ao uso dos recursos audiovisuais, a um apurado trabalho de síntese e intensidade na criação de uma estrutura mais interessada no espetáculo e no encantamento e menos em contar uma história.

Essa última constatação nos levará aos textos de Tom Gunning, seus estudos sobre os primeiros anos da produção cinematográfica e sua idéia do Cinema de Atrações que conheceremos mais a frente.

Esse conceito que, em síntese, representa um cinema mais interessado em atrair pessoas ao invés de narrar histórias, fez Lisa Kernam propor o trailer de hoje como o exemplo atual do Cinema de Atrações de Gunning.

Para Kernam, nos trailers podemos observar os elementos dos vaudevilles e dos espetáculos circenses, onde vários itens são inclusos para oferecerem pontos de interesse ao espectador (o que ela chama de *Vaudeville Mode*, ou seja, como se alguém dissesse “aqui há algo para você” lembrando os espetáculos de variedades com atrações de todos os tipos, entre elas as projeções cinematográficas), bem como o exagero e a hipérbole, características das apresentações circenses o que ela chama de *Circus Mode*, como se alguém nos dissesse “respeitável público!!!” ou “o maior espetáculo da terra!!!”.

Por fim é importante destacar que o trailer se direciona diretamente ao espectador. Esse direcionamento é uma das grandes semelhanças entre os trailers de hoje e o cinema de atrações que Gunning analisou em seus estudos sobre as produções cinematográficas dos primeiros anos do cinema.

Enquanto no filme somos levados lentamente numa imersão dentro da diegese para observar e compreender como um *voyer* que observa na escuridão, o trailer parece nos chamar a toda hora. Cenas com os astros olhando direto para a câmera e locutores que falam conosco como se estivessem bem ao nosso lado eram muito comuns até pouco tempo atrás. Alguns trailers atuais ainda usam esses recursos apesar de que hoje, esse direcionamento para o espectador é feito de forma mais sutil, através da montagem, do uso de caracteres e das "pistas" positivas que vão sendo adicionadas e posicionadas mediante um criterioso planejamento.

Dispositio em outros termos, ou melhor, algo que poderíamos chamar de a retórica da atração.

2.2 A edição do trailer

Apesar de poder usar imagens trabalhadas digitalmente com efeitos e inserções de material gerado em computador do filme original, um trailer é essencialmente editado através de cortes secos e fusões, as forma mais simples de unir partes de um material audiovisual. Há algumas décadas as cortinas ou wipes também eram frequentes, mas perderam sua força na medida em que as próprias imagens foram ganhando grande intensidade visual e o apelo às transições mirabolantes foi ficando desnecessário.

A simplicidade, entretanto, esconde o grande desafio que é criar um conjunto interessante e com ritmo que possa prender o espectador.

No capítulo à frente, a questão do conceito de intensidade visual será mais detalhado. Por enquanto ficaremos com apenas algumas descobertas da ciência (neurociência) que hoje nos permite afirmar que o cérebro humano percebe, identifica e processa as imagens buscando padrões conhecidos e se adaptando às situações de identificação mais difícil.

A imagem em close de apenas um rosto humano é mais simples de processar do que uma imagem de duas pessoas em perspectiva com distâncias diferentes da lente da câmera que as filmou. Imagens estáticas podem ser mais fáceis de entender do que imagens em movimento, inclusive chegando ao limite onde o movimento muito intenso pode até impedir a identificação ou fazer o cérebro criar uma espécie de ilusão visual a fim de preencher a estrutura que está sendo mostrada e que ele, o cérebro, tem dificuldades de identificar.

Faço essas observações para tornar mais claro o sentido do que estou chamando aqui de intensidade visual e que pode ter outras interpretações. Em tese uma imagem que exige do cérebro mais trabalho de processamento e identificação, tem mais intensidade visual do que outra que é facilmente identificada ou menos complexa.

No trailer a busca pela intensidade visual, é uma das características a ser destacada.

Obviamente essa intensidade pode significar uma composição visual interessante e bela, justamente por não ser usual, mas poderá também, se exagerada, truncar totalmente o fluxo de compreensão do que está se vendo, dificultando a tal ponto o trabalho do cérebro que ele acabará rejeitando aquelas imagens como algo interessante.

Talvez a diferença entre a beleza da originalidade e a pobreza de imagens que não seguem os mínimos padrões da composição seja o fato de que na primeira situação, o não usual foi intencionalmente planejado e executado, enquanto na segunda situação o não usual surgiu pela ignorância dos princípios básicos. Para quebrar paradigmas normalmente é preciso conhecê-los a fundo.

A duração menor dos *takes* usados também vai gerar no cérebro um esforço maior para a compreensão da sequencia montada.

Em termos bem simples, o cérebro e por consequência, o corpo do espectador será mais impactado.

Num filme com duração média de 120 minutos seria impossível manter essa intensidade durante todo o tempo. As pessoas sairiam provavelmente com uma terrível dor de cabeça e até enjoadas após assistirem a uma verdadeira saraivada de imagens curtas e num ritmo alucinante durante duas horas.

Isso também tornaria praticamente impossível o acompanhamento da narrativa já que não poderíamos unir os pontos da trama preocupados que estaríamos em identificar as imagens a nós mostradas.

É claro que uma edição também apenas com *takes* longos poderá também ser recebida como cansativa ou massante. Nesses casos se a narrativa não conseguir prender ou dar trabalho ao espectador, realmente, na falta de algo pra fazer, o cérebro vai buscar uma configuração de repouso e para chegar a dormir durante a exibição faltará muito pouco.

Normalmente as técnicas de edição recomendam uma alternância de ritmos lentos e rápidos como solução padrão mais recomendada.

Num filme normalmente as sequencias mais ágeis e mais lentas serão intercaladas para permitir tanto o impacto visual como o aprofundamento na diegese.

Poderemos então apreciar a bela fotografia do filme sem perder o fio da meada da história.

Em essência o trabalho do montador então se concentrará na escolha da seqüência que irá compor a edição e na duração de cada take, de cada pedaço inserido. Num trailer não será diferente.

Trata-se de um quebra-cabeça de bom tamanho já que a princípio o número de peças é imenso. Para montar cerca de 3 minutos o editor dispõe de todo o material aproveitável do filme e cada peça colocada poderá ter duração maior, menor ou igual daquela inserida na edição do filme em si.

A idéia de reconfiguração defendida por Lisa Kernan vem justamente dessa possibilidade de reordenamento de uma ordem anterior ou original (a ordem escolhida na edição do filme) e que acaba mudando, potencialmente, a narrativa nele descrita.

Poderíamos então perguntar se, na realidade, no momento em que o trailer é editado, já existe uma edição final do filme. Aqui é importante lembrar a diferença entre um *teaser* e um trailer. Enquanto o *teaser*, uma espécie de versão menor do trailer, pode começar a ser veiculado até com mais de um ano antes do lançamento oficial do filme, o trailer já é utilizado em um período mais próximo do lançamento do filme que, portanto, em tese, tem sua montagem definitiva já completa ou pelo menos bem encaminhada.

Partindo da premissa que então já existe uma narrativa original definida, a montagem do trailer realmente, na sua reconfiguração, não tem como interesse principal manter-se fiel a ela, mas sim, otimizá-la com o que for possível fazer para que o filme se torne ainda mais atrativo na percepção do espectador.

O conhecido efeito Kuleshov, baseado nas experiências do cineasta russo de mesmo nome, nos mostra como a ordem das partes ou *takes*, as tomadas do filme direcionam o espectador a determinada interpretação do que está vendo.

Kuleshov filmou o rosto de um ator com uma expressão a princípio neutra. A essa imagem ele adicionou cenas de situações diferentes formando sequências onde a edição começava com a cara do ator cortava para um prato de comida e voltava para a cara do ator.

Nessa edição as pessoas que a viam identificavam fome ou desejo de comer na expressão neutra do ator filmado.

Quando o *insert* era substituído por um caixão, os espectadores identificavam tristeza e pesar pela perda de alguém querido.

Mudando o *insert* para o rosto de uma criança, via-se alegria na cara do ator.

Resumindo: a partir do insert colocado , a interpretação ou percepção dos espectadores a partir da mesma tomada de rosto do ator mudava influenciada pelo contexto que o insert sugeria , podendo ir da tristeza à alegria, tudo com a mesma cena do rosto.

O princípio do efeito Kuleshov se aplica bem ao trailer e à forma como ele ajuda a estimular a imaginação do espectador a partir de uma montagem estudada e precisa no sentido de apresentar o que mais esse espectador quer ver; isso, de acordo com o imaginário que a indústria cinematográfica tem dos seus potenciais consumidores ou clientes.

É preciso lembrar que bem como os filmes, os trailers também antes de serem veiculados passam por extensas baterias de testes e apresentações para grupos de discussão de forma a medir seu impacto ou eficiência. Se o grupo de testes não aprova ou mostra-se indiferente ou confuso, a volta para a ilha de edição é inevitável.

Com essas idas e vindas e a especialização de profissionais e editores treinados na edição de trailers⁶ o nível de eficiência aumenta muito. A decepção que determinados filmes causam depois que o espectador assistiu inicialmente o seu

⁶ A página do site Golden Trailers Awards - www.goldenawards.com lista cerca de 40 trailers houses, produtoras especializadas na produção e edição dos trailers para a indústria de Hollywood.

trailer é prova de que os trailers desempenham bem o seu papel, mesmo quando o filme não é tão bom.

Voltando a edição e ao conceito de *dispositio* já antes discutido vemos que a edição do trailer é guiada por alguns parâmetros:

a) o tempo dessa edição varia normalmente de 10 a 30 segundos (no caso dos teaser trailers) até 180 segundos em média (no caso dos trailers).

b) o fator tempo impede em tese uma possibilidade maior de caracterização ou descrição de personagens principais, com exceção das seqüências e continuações onde os mesmos já são conhecidos. Mesmo nesses casos, novos personagens serão mostrados sem maiores informações do que fazem na trama, no máximo apenas colocados como antagonicos ou não aos personagens já conhecidos.

c) A mesma limitação também não permite a apresentação de todos os personagens da história que será contada (filmes como “9 e 1/2 semanas de amor” e o nacional “Eu te amo” por mostrarem basicamente o relacionamento de um casal, talvez sejam exceções) o que também compromete a fidelidade do trailer à narrativa original. O trailer só pode mostrar parte dela e ainda sem todas as conexões estabelecidas.⁷

d) O estabelecimento de um ritmo que seja fluente implica normalmente no uso de *takes* mais curtos e de uma edição mais ágil. Isso não quer dizer que só há *takes* curtos. A boa técnica da edição ensina justamente que é a alternância no ritmo, ou seja, a combinação de *takes* curtos e mais longos, que dá possibilidade ao espectador de apreciar melhor o material exibido. Nos trailers a edição normalmente se utiliza de seqüências de *takes* curtos, pontuadas⁸ por uma quantidade de *takes* mais longos. O exemplo mais comum disso são as telas com os caracteres que

⁷ Poderia se contestar aqui essa premissa lembrando trailers de filmes que tem muitos atores famosos ou com alto nível de conhecimento do público e cujo trailer gasta quase todo o seu tempo mostrando-os. Entretanto, mesmo nesses casos, é bom lembrar que o que se está mostrando são nomes e rostos de atores e atrizes conhecidos e não personagens e sua participação na trama, uma estratégia totalmente coerente com o objetivo do trailer de gerar motivos para a compra do ingresso.

⁸ Uso aqui o termo “pontuadas” numa analogia com os sinais de pontuação da vírgula e do ponto e vírgula que inserem pausas na leitura que será feita.

indicam a data ou período de estréia do filme e que normalmente encerram o trailer dando um tempo maior para a leitura e funcionando com uma espécie de suspiro depois de uma ágil seqüência de pequenos pedaços. Às vezes, quando se imagina que tudo já acabou, essa tela final ainda é seqüenciada por mais um *take* rápido que pretende dar uma espécie de susto ou chamada final no espectador, como se dissesse: “não esqueça de ver“. É muito comum, portanto, principalmente em filmes de ação começar com uma seqüência de *takes* longos que vai se acelerando até “tirar o fôlego do espectador”.

e) A inserção de legendas e grandes caracteres que ocupam o espaço central da tela com grande destaque também é um fato comum. Além das telas finais já descritas no item anterior, são comuns frases que poderíamos chamar “de orientação” e que buscam estabelecer os mínimos indícios da narrativa reordenada do trailer. Essas frases podem ser direcionadas a uma caracterização de tempo ou espaço. Ex: numa galáxia distante (como em *Star Wars*), em um tempo de magia. Podem sugerir ao espectador um determinado comportamento ou ação. Ex: não tente fugir, corra, grite. Podem ainda estabelecer situações ou problemas. Ex: no trailer de *Alien versus Predador 2* uma tela inicial de caracteres estabelece para o espectador o nome de uma cidade e o número de sua população. Os caracteres seguintes fazem uma rápida contagem regressiva onde o número de habitantes cai rapidamente sobre imagens rápidas de ataques e sangue em profusão, associando justamente a presença dos aliens ao extermínio dos moradores. Essa contagem não faz parte do filme.

O uso desses caracteres, que também podem informar sobre premiações recebidas pelo filme ou lembrar que seu diretor já dirigiu um outro filme famoso, é um fato identificado desde os primórdios do trailer, quando os filmes não tinham som e os caracteres e telas de texto eram fundamentais para passar informações aos espectadores.

f) A edição do trailer tem também um elemento fundamental que é o narrador que vai ler os textos em off (sem aparecer no vídeo, apenas ouvimos sua voz). Esses textos podem ser os escritos nas telas de caracteres, como podem ser outros que complementam o que está escrito no vídeo. Esses locutores têm vozes marcantes e bastante características de forma a conseguir a atenção do espectador

e complementar à sequência visual que está sendo mostrada. Quem vê muitos trailers com certeza irá identificar algumas vozes que se repetem justamente porque se estabeleceram no mercado com adequadas para os trailers. As vozes dos atores e seus personagens também são comuns.

g) O último elemento da edição é a música de fundo ou bg, do inglês background, que vai criar o clima necessário para junto com os outros elementos impactar da forma mais eficiente possível o espectador.

A junção desses elementos e sua disposição específica caracterizam a estrutura montada para o trailer. É bom lembrar que a afirmação feita aqui de que o trailer não tem compromisso com a narrativa original é feita no sentido de que o trailer não pretende contar com precisão a história do filme.

Suas limitações de tempo e as conseqüências dela, descritas aqui, impediriam isso. Não é possível reduzir uma narrativa de 2 horas em 3 minutos por melhor que seja o editor. Não há como inserir os detalhes e nuances da trama, não há tempo para desenvolver a imersão necessária na diegese para a total compreensão da mesma.

É nesse sentido que falamos desse descompromisso. É claro que o trailer é feito a partir de uma história que já existe e já está (em tese) editada, entretanto, o ponto importante é que o objetivo principal do trailer não é o de contar essa história e sim uma outra totalmente focada nos interesses e expectativas da audiência.

Ao nível do entendimento, da interpretação, a edição do trailer só pode aglutinar partes que deixam grandes buracos; se nosso referencial for a narrativa original do filme.

Uma cena de batalha, um close de um combatente, uma seqüência de explosões; nosso herói de novo correndo para sobreviver em meio a uma saraivada de tiros, um beijo apaixonado na heroína, novos *takes* de explosões e correria, caracteres de orientação inseridos entre as imagens; um movimento de câmera mais longo que leva um pouco mais de tempo, um caracter com a data de estréia do filme. Aceleração e desaceleração embaladas por uma voz poderosa e música estimulante.

Se pensarmos bem é muito pouco para imaginar o que acontece no filme. Sabemos que um herói enfrentará momentos difíceis, sabemos que será perseguido e tentarão matá-lo várias vezes, sabemos que tem uma companheira apaixonada.

A partir daí o trailer começa a fazer seu trabalho. Se o espectador gosta do gênero de ação começará a considerar a possibilidade de ver esse filme. Se a edição for eficaz com cenas curtas e ágeis, com grande movimento, imaginará que essa dinâmica estará presente no filme, que a história será interessante e, por fim; se os atores também tiverem em seu currículo outros filmes de ação, que ele, o espectador, já viu, aumentarão as chances de uma real decisão pela compra do ticket ou pela locação daquele filme.

A narrativa original não foi contada. O trailer não podia, nem queria isso. Ao contrário, a narrativa, digamos assim “genérica” do trailer de filme de ação apenas insinuou ao espectador que esse é um filme de ação que vale a pena ser visto; que tem os atores que o espectador gosta e já viu em outros filmes do gênero; que tem os elementos de um bom filme de ação, que é ágil, dinâmico e que “ não deixa o espectador quieto na cadeira “. O que a narrativa do trailer contou foi isso, daí a afirmação do descompromisso. Não era pra contar tudo, só o que poderia funcionar para atrair o espectador.

A edição do trailer então será essa busca pela atenção do interesse e da curiosidade do espectador. A necessidade de atenção do trailer para estabelecer um ambiente favorável nesse contato com a audiência é que vai gerar a opção pelo impacto visual mais intenso que não quer dizer necessariamente apenas uma grande explosão na tela num filme de ação, mas também uma belíssima composição ao mostrar uma paisagem deslumbrante num romance, por exemplo. A simples aparição do ator famoso num ângulo diferente ou com um movimento de aproximação da câmera em *slow motion*, já terá efeito semelhante.

A construção do trailer, sua edição, portanto, tem uma motivação específica, se utiliza de estratégias articuladas sobre o tripé gênero, história e estrelas e dispõe de técnicas também desenvolvidas que descrevemos aqui.

2.3 Trailer, gênero e modos narrativos

Em seu livro sobre o trailer a pesquisadora Lisa Kernan propõe o trailer como um gênero cinematográfico.

Depois de ler seu minucioso trabalho é quase impossível não concordar com ela; entretanto, dentro da nossa análise é necessário observar então a estrutura narrativa do trailer e procurar talvez uma solução melhor.

As questões sobre gênero sempre nos levam a acalorados debates e pensar no trailer como um gênero não será diferente. Lisa Kernan segue esse caminho considerando que o trailer tem uma construção narrativa específica, características comuns sobre as quais já falamos e, portanto, como um produto audiovisual único que aglutina essas condições, poderia ser considerado como um gênero diferenciado.

A primeira dificuldade em relação a isso seria o fato de que há trailers de todos os gêneros, ou melhor, feitos a partir de filmes de todos os gêneros. Há trailers de filmes de ação, de comédias, de filmes de terror; enfim, há trailers para todos os gostos; o que nos colocaria na situação complicada de inserir numa categoria (a categoria gênero) um elemento que pode assumir todas as formas dessa categoria. Seria então o trailer uma espécie de meta-gênero? Isso não seria muito útil.

Outra consideração a fazer seria a de que os gêneros apresentam normalmente uma iconografia específica que nos ajuda a identificá-los e diferenciá-los. Roupas, cavalos, revólveres e tiroteios são indícios de um western; cenas sombrias, perseguições angustiantes e a presença iminente da morte acompanham os filmes de horror; explosões, velocidade, brigas, combates e cenas de edição ágil parecem sugerir um filme de ação.

Se observarmos bem, os itens que listamos no parágrafo acima estão presentes nos filmes, serão vistos neles e, é claro, poderão estar em seus trailers também. De novo, isso nos coloca numa situação confusa de caracterizar os trailers como um gênero que pode assumir a iconografia dos outros, sem ajudar em nada para diferenciar-se como uma categoria única.

O que é importante talvez observar é que muitas das características do trailer não estão nas imagens que mostra, mas sim na estrutura da sua narrativa, no modo específico como une o material que tem para apresentar. Ou seja, seria melhor pensar nesses diferenciais como definidores de uma categoria anterior à de gênero, em algo que pode estar presente em todos os gêneros, do mesmo jeito que o esqueleto que organiza o corpo humano vai estar presente em vários seres humanos bem diferentes exteriormente.

Precisamos então de outra categoria ou categorização que pudesse englobar elementos com essa mesma lógica interna.

David Bordwell em seu livro *Narration in the Fiction Film*, nos fala sobre a categoria que ele chama de Modo Narrativo, algo intrinsecamente ligado à estrutura narrativa, à ordem organizadora que dirige a história, independentemente do seu tema ou abordagem externa.

Segundo o próprio Bordwell um Modo Narrativo é anterior aos gêneros, às escolas e até aos cinemas nacionais. O Modo Narrativo está ligado a um contexto histórico específico e dirige a narrativa de uma forma muito própria.

Nos exemplos de Bordwell conseguiremos identificar melhor sua proposta. Apesar de afirmar que estes não seriam os únicos, Bordwell descreve quatro modos: o Modo do Cinema Clássico Hollywoodiano, o Cinema de Arte, o Modo Histórico Materialista e o Modo Paramétrico. Detalhar todos eles não seria possível neste trabalho, entretanto tentaremos fazer uma síntese dos argumentos do autor para que possamos depois comparar essa categorização com a forma organizadora dos trailers.

O primeiro modo, o Clássico Hollywoodiano, talvez o mais conhecido independentemente do gênero, vai se organizar sobre diretrizes bem claras.

A definição dos personagens, a preocupação em orientar o espectador em termos de tempo e espaço, a criação de uma estrutura vamos dizer assim bem sinalizada com começo, meio e fim, organizada em fases que estão na maioria dos manuais de roteiro que encontramos.

Os personagens da história lutarão para resolver um problema ou conseguir objetivos específicos. O personagem principal, também chamado de protagonista canalizará a identificação com o público e será o condutor da ação que ocorrerá ao seu redor numa cadeia definida de causa e efeito. De uma situação de equilíbrio inicial, surge o desequilíbrio, daí a luta para se recuperar o que foi alterado, há um clímax e por fim a solução da tensão que se estabeleceu. Um modelo enfim bem conhecido. Apesar da predominância do modo Clássico sempre existiram outras formas de construção. No segundo modo, o do Cinema de Arte algumas alterações importantes são observadas.

Já não há tanto empenho assim em delimitar claramente os personagens que ganham uma dimensão subjetiva maior, a situação de tempo e espaço em que se encontram também poderá ser bastante flexível. Os personagens podem agir de forma errática e inclusive ter sérias dúvidas sobre suas próprias motivações ou atos.

Há mais lacunas a ser preenchidas e uma maior mobilidade da estrutura que nos leva a uma leitura bem diferente, nem sempre apreciada pelos espectadores. O cinema de arte é um grande campo de experimentação e, usando termos populares, os fãs do "cinema diversão" às vezes não gostam muito dos "filmes cabeça", justamente pelo esforço que estes propõem para o entendimento ou compreensão da história.

O modo que ele chama de Histórico Materialista está muito ligado ao cinema russo e é guiado pela idéia de que o cinema tem um papel de formador de opinião, de influência direta sobre os espectadores, de uma narrativa ligada a uma ideologia ou como Bordwell diz "a narrativa como retórica".

Seria preciso aqui discutir de forma mais profunda até conceitos básicos como estética e arte sobre a ótica do materialismo soviético. Entretanto poderíamos dizer que há uma dupla direção desses filmes apontada para a poesia, mas também para o convencimento. Apesar de citar basicamente como exemplos filmes produzidos por diretores russos, poderíamos pensar também que determinados filmes de Hollywood, como Independence Day e Armagedon também são guiados por um inegável intuito de propagar a idéia de que os americanos são os líderes e salvadores do mundo, talvez inaugurando uma espécie de Modo Histórico Capitalista que Bordwell não cita em seu estudo.

Por fim o modo Paramétrico, talvez o mais difícil de caracterizar, seria o que aglutina narrativas guiadas por uma espécie de matriz ou parâmetro. Determinados filmes de Peter Greenway como “Propero's Boock” parecem se encaixar bem nessa categoria.

Seria como pensar em termos de uma poesia tradicional onde a métrica do verso vai gerar o esqueleto básico onde as palavras serão acondicionadas. A estrutura é rígida e direciona a narrativa para que se adapte a ela.

A partir dessa breve descrição dos modos sugeridos por Bordwell fica mais claro então pensar que essa categoria aglutina elementos que se direcionam à forma como a narrativa é organizada , ou seja, é uma organização interna, anterior àquela que vemos na tela em termos de imagens, cenários ou iconografia em geral.

Nesses termos o trailer, como já vimos antes, tem uma forma bem específica de organizar sua própria narrativa, sua história a ser contada. Poderíamos dizer que nesse modo, como no cinema de arte, não há preocupação com a definição clara de personagens (nem haveria tempo para isso).

Ainda como no modo do cinema de arte, há muitas lacunas a serem preenchidas, entretanto não pela decisão de um diretor interessado em imprimir sua marca naquele trabalho. A motivação é outra e, como também já comentamos, está ligada ao objetivo de criar identidade com o espectador, fazendo com que ele preencha essas lacunas de acordo com suas próprias expectativas e assim achando que o filme é justamente o que ele quer assistir.

Semelhante ao modo Histórico Materialista o trailer também parece ter um viés claro que busca influenciar o espectador a aceitar não uma ideologia específica, mas sim o fato de que aquele filme é tão bom que merece ser visto assim que possível.

Alguns elementos do modo clássico hollywoodiano também estão presentes no trailer. Se não é possível definir personagens, o trailer pelo menos apresenta os principais, define conflitos e desafios a serem enfrentados e se aproveita ao máximo de todo o imaginário disponível relacionado aos atores, diretores e produtores envolvidos naquela produção.

Com algumas afinidades com os modos originais descritos por Bordwell, o trailer parece configurar algumas qualidades deles com outras exclusivamente suas. O fato de ter uma limitação de tempo, normalmente que não excede 3 minutos, já é um fato que gera repercussões muito claras na estrutura narrativa.

Seu objetivo, também muito próprio, gera implicações específicas. O descompromisso com a fidelidade à narrativa original do filme seria uma delas.

A estrutura do trailer com seus principais traços parece delimitar um conjunto que, ao nosso modo de ver, fica mais fácil de ser inserido entre as categorias de Modos Narrativos de Bordwell, do que na idéia de gênero de Lisa Kernan.

Essa é apenas uma proposta que parece dar uma solução melhor à vontade de situar o trailer nos estudos da narrativa audiovisual e que, obviamente, precisa de análise mais profunda.

Semelhante também à descrição de Bordwell, um trailer seria, portanto, algo que está além dos gêneros, das escolas e dos cinemas nacionais. Definido historicamente por um contexto material bem específico ligado às necessidades da indústria de produção cinematográfica liderada pelos estúdios de Hollywood.

Economicamente direcionado, com uma estrutura narrativa bastante específica e diferente da do filme que o originou, o trailer é ao mesmo tempo parte de algo maior, mas também uma unidade específica.

Pensar nele assim nos leva também a pensar se as características do trailer estão apenas ligadas à sua narrativa.

Tal questionamento nos levará à possibilidade do trailer usar outros recursos, não necessariamente narrativos, para chegar ao seu objetivo principal de impressionar e impactar, de forma positiva, o espectador.

Mas o que seria esse lado não narrativo e como poderia funcionar?

Tais questões nos levam a pensar nos textos de Hans Gumbrecht e sua pesquisa sobre as formas de produção de sentido que surgem a partir dos impactos diretos sobre o corpo.

Um exemplo simples seria o som alguns decibéis mais altos que o normal, com o claro intuito de impactar diretamente os sentidos do espectador, conseguindo sua atenção não a partir de algo a ser entendido ou interpretado, mas sim numa conexão direta com os sentidos e o corpo.

Seria esse caminho também percorrido pelo trailer, paralelamente à narrativa que descrevemos até aqui? Na parte seguinte deste trabalho onde tentamos analisar as formas de direcionamento ao espectador avançaremos melhor sobre esses conceitos.

CAPÍTULO 3 O IMPACTO DOS SENTIDOS E O DIRECIONAMENTO AO ESPECTADOR

3.1 Novos caminhos para pensar o trailer

3.1.1 O trailer e o direcionamento ao espectador

Uma das questões chave para a melhor compreensão do trailer é analisar a(s) forma(s) que ele utiliza para se direcionar ao espectador.

Na parte anterior desse trabalho direcionamos nosso foco à narrativa e sua forma reconfigurada que o trailer apresenta.

Entretanto, ao nosso modo de ver, essa seria apenas uma face, talvez a principal, mas não a única, dos recursos de que o trailer dispõe para atingir seus objetivos.

Para analisar as outras possibilidades, além da narrativa ou acoplada a ela, precisaremos antes descrever de forma mais detalhada dois conceitos importantes que nos servirão como referencial teórico para ir adiante. São eles o conceito de “Cinema de Atrações” de Tom Gunning e a Teoria da Materialidade de Hans U. Gumbrecht.

É preciso explicar aqui que esses dois pesquisadores aparentemente trabalham em campos distintos e suas idéias parecem ter poucas coisas em comum.

Meu interesse em unir seus trabalhos está ligado à investigação de como o trailer poderia atuar além do nível da compreensão que se pode ter da narrativa ou do conjunto de informações que ela contém.

Penso que o trailer também se utiliza de apelos diretos ao corpo do espectador, que não são mediados pelo fluxo da interpretação do seu conteúdo, mas sim, pelo impacto visual e sonoro que oferece a quem for exposto a ele. É importante ressaltar que esses recursos não são exclusividades dos trailers. Os

filmes os utilizam também. Entretanto analisaremos a parte desse fenômeno relacionada ao nosso objeto de estudo.

Esses impactos diretos que acabam também servindo ao propósito de despertar a atenção e o interesse em “ver mais daquilo” no filme podem ser parcialmente entendidos usando os conceitos de “Atrações” de Gunning e de “Produção de Sentido e Produção de Presença” de Gumbrecht.

O campo da neurociência nos daria também enorme ferramental para explorar algumas dessas possibilidades. Entretanto, por fugir totalmente do escopo dessa pesquisa, será citado de forma pontual, apenas para colaborar na compreensão do processamento desses impactos no cérebro e no corpo humano.

Pelas próximas páginas, portanto, apesar de não falarmos diretamente dos trailers, estaremos tentando construir uma ponte para compreendê-los de forma mais abrangente, descrevendo processos que, como veremos, não estão isolados da parte da narrativa, mas sim fluem junto com ela numa alternância quase indivisível.

3.1.2 O paradigma do cinema narrativo

Na história do cinema, hoje já com mais de 100 anos, a mais forte convicção é a de que o paradigma do Cinema Narrativo, isto é, o do cinema que se organiza ao redor da função de contar histórias, seja o dominante.

Esse modo do fazer cinematográfico que se inicia com Griffith e se aprimora ao longo dos anos, alimentado pela hegemonia dos estúdios de Hollywood e pelas forças do mercado, afasta essa forma de comunicação de suas origens populares e se estabelece quase que como a única possibilidade a pensar toda vez que, hoje ouvimos a palavra cinema.

Apesar disso, em diversos momentos, historiadores e estudiosos depararam-se com uma espécie de “algo mais”, fora do âmbito da narração e suas

estratégias de construção de uma relação com o espectador a partir da imersão num mundo diegético.

Entre outros poderíamos citar a *Montagem de Atrações* de Eiseinstein (1923)⁹, termo que Tom Gunning anos depois reutilizaria para cunhar o seu *Cinema de Atrações*, uma espécie de reavaliação do trabalho cinematográfico desenvolvido nos primeiros anos do cinema.

Poderíamos citar os escritos de Marinetti e sua estética do *encantamento* e da *estimulação* (*The Variety Theater – 1913*)¹⁰ ou ainda o trabalho de outros modernistas, futuristas, dadaístas e surrealistas que também viram no cinema uma força de renovação que não poderia sucumbir aos moldes narrativos das artes como a literatura e o teatro tradicional.

Poderíamos ainda citar trabalhos da arte de vanguarda onde Gunning confessa ter encontrado os primeiros *insights* para sua posterior construção de um cinema onde contar histórias era menos importante do que mostrar coisas e fascinar o espectador.

Se os exemplos acima parecem se entrelaçar de alguma forma, a essa lista poderíamos acrescentar ainda diversas outras referências tão dispersas e aparentemente estranhas umas às outras como o texto de Laura Mulvey, “*Visual Pleasure and Narrative Cinema*”¹¹ e o trabalho de Jae Hyung Ryu¹² que compara os truques do início do cinema, nos trabalhos de Méliès e outros, aos atuais efeitos digitais cada vez mais presentes nos *blockbusters* hollywoodianos.

⁹ O conceito é citado no livro *O Sentido do Filme* e em outros escritos de Eisenstein para quem *Atrações* seriam os momentos de pico, os pontos de clímax de um espetáculo, como num circo, num show de variedades e no cinema.

¹⁰ Nesse texto Marinetti fala do Teatro de Variedades que, com sua capacidade de parodiar e plagiar as grandes obras de arte retiraria delas seu ar solene apresentando-as com se fossem apenas mais um tipo de atração.

¹¹ O próprio Gunning cita seu interesse pelo trabalho de Mulvey a partir da idéia de que o contato com o espectador é formatado através da relação deste com o que Gunning chama de “*filmic modes*” citando o espetáculo e a narrativa.

¹² Ver referências bibliográficas

Ao conjunto de referências do que não pode ser descrito apenas através do paradigma do cinema narrativo, poderíamos acrescentar muitas outras; entretanto, para os fins desse trabalho, gostaria de citar apenas mais duas: as idéias de Thomas Elsaesser¹³ que discutem as relações entre o espaço da platéia e o espaço da tela propondo um conceito diferente de diegese e a teoria da Materialidade da Comunicação, de Hans U. Gumbrecht que, através dos conceitos de Produção de Sentido e Produção de Presença, parece finalmente nos oferecer instrumentos para afirmar que o que todos os autores citados anteriormente encontraram (mesmo quando não pensaram especificamente nisso) é o fato de que o evento cinematográfico é vivido por um *sujeito* que pensa , interpreta e sonha mas também por um *corpo* que percebe e é impactado de forma direta por diversas formas de estímulo.

¹³ O artigo que faz parte da coletânea de Strauven chama-se Discipline through Diegesis: The Rube Film between “Attractions” and “Narrative Integration” (p.205)

3.2 O cinema de atrações de Tom Gunning

3.2.1 Mostração x narração – O início “não narrativo” do cinema

Em seu livro “O Primeiro Cinema – Espetáculo, narração, domesticação”, Flávia Cesarino Costa descreve as mudanças sofridas pela historiografia do cinema ao tratar das produções do período de 1895 a 1906/1908, que, inicialmente, eram vistas por historiadores como Lewis Jacobs, Georges Sadoul e Jean Mitry, como desajeitadas experiências na busca do que o cinema teria em sua essência, ou seja, uma linguagem própria utilizada para contar histórias.

A abordagem tradicional considerava que somente a partir do momento em que se começou a manipular satisfatoriamente os vários elementos dessa linguagem – a alternância de tempos e espaços, os closes, os campos/contra-campos, as tomadas subjetivas, a centralização, os travellings, as panorâmicas, as fusões, etc. – para construir narrativas fluentes é que o cinema teria se transformado num sistema de expressão verdadeiramente artístico. (COSTA, 1995, p. 38)

Para Costa, a visão da historiografia clássica poderia ser descrita como moderna já que pensa o seu objeto de estudos a partir de uma evolução linear, onde as produções dos primeiros anos constituiriam uma espécie de infância ou pré-história e o “marco zero” do que realmente interessava estaria datado com os filmes de D.W. Griffith, ou mais especificamente para alguns, como Nicholas Vardac, no ano de 1915, com a apresentação de “O nascimento de uma nação”.

Para Costa, mesmo entre os historiadores clássicos há divergências sobre esse momento de transição já que também são citados como figuras importantes para a descoberta da linguagem cinematográfica, principalmente no que se referem à montagem, nomes como Edwin Porter (*Life of an American Fireman* – 1903), James Williamson (*Attack on a China Mission* – 1900) e G.A. Smith (*Grandma's Reading Glass* – 1900).

Divergências e nacionalismos a parte, o que fica patente é a idéia da valorização do surgimento da narrativa, neste caso também clássica, para a avaliação do valor artístico dos trabalhos cinematográficos.

Tal posição só viria a ser questionada, segundo Costa, a partir dos trabalhos de Jean-Louis Comolli, nos Cahiers du Cinéma, em 1971/1972.

Fatos importantes contribuíram para essas mudanças. Um deles seria a descoberta em 1940, na Biblioteca do Congresso dos Estados Unidos de *Paper Prints*¹⁴ contendo fotogramas de filmes dos primeiros anos do cinema. Posteriormente essas fotos foram retransferidas para película de 16mm num trabalho iniciado pelo técnico e colecionador Kemp Niver.

Só isso já rendeu aos pesquisadores vasto material para análise, já que muitos dos filmes recuperados a partir dos *Paper Prints* já não existiam mais e só podiam ser analisados a partir de lembranças e anotações, procedimento comum dos historiadores clássicos citados anteriormente.

Outro fato foi o evento que ficou conhecido como o Simpósio de Brighton, em 1978, que reuniu arquivistas e pesquisadores de vários países e que a partir das diversas contribuições apresentadas, direcionou o olhar dos presentes para a necessidade de uma nova avaliação dos trabalhos do cinema dos primeiros anos.

Em meio aos muitos pesquisadores que foram a Brighton estavam André Gaudreault e Tom Gunning que consolidam, a partir daí, uma nova forma de ver os trabalhos dos primeiros dez anos do cinema.

Gaudreault e Gunning (1989 apud COSTA,1995) em seu trabalho de 1989, "*Le Cinéma de Premiers Temps: un défi à l'histoire du cinéma ?*", resumem bem o novo olhar sobre essa parte da história do cinema:

1. O cinema dos primeiros tempos apresenta formas discursivas estranhas ao cinema que se institucionalizou após 1915 [...] e não pode ser julgado por normas que então nem existiam ainda [...].
2. As normas que iriam ser erguidas para dar nascimento à [...] linguagem cinematográfica [...] não apresentam, em última análise, apesar de sua durabilidade, mais do que um instante do código.

¹⁴ No intuito de proteger seus filmes da exploração ilegal e não autorizada e na ausência de uma legislação sobre o direito autoral de produções cinematográficas, Tomas A. Edison, precursor do cinema na América, a partir de 1894, começou a copiar em papel fotográfico cada fotograma de seus filmes, formando rolos que posteriormente foram chamados de Paper Prints e eram registrados na Biblioteca do Congresso Americano como fotografias. Essa prática logo foi adotada por vários outros estúdios de produção cinematográfica fazendo com que esse acervo chegasse a cerca de 5 mil rolos ainda em 1912.

Gaudreault e Gunning desenvolveram conceitos importantes para os questionamentos que propomos a seguir.

Gunning observa que a relevância dada à narrativa e sua característica de ser contínua (de modo a ser eficiente) era tão cara aos historiadores clássicos, sendo sua ausência tão negativa para o Primeiro Cinema (na visão deles), devido ao fato dos mesmos terem usado como referência os modelos narrativos vindos do teatro e da literatura, quando era nas artes populares, como a lanterna mágica, o teatro burlesco e os *vaudevilles* que o Primeiro Cinema se baseava.

Uma lógica própria, não necessariamente contínua e baseada em atos, interligados ou não, mas diretamente focados em, antes, prender a atenção dos espectadores ao que estava sendo mostrado. Gunning vai elaborar melhor essas diferenças no conceito de Cinema de Atrações.

Gaudreault por sua vez desenvolve uma teoria que, em síntese, estabelece dois modos fundamentais para a comunicação narrativa: a mostraçã e a narração. A primeira ligada mais ao relato cênico, baseado mais na imitação e que ele chama de *diegese mimética*; já a segunda, é mais ligada ao relato escritural e à figura tradicional do narrador, situação que ele chama de *diegese simples*, ambos os termos oriundos dos textos de Platão.

Para Gaudreault, o cinema dos primeiros anos está muito mais ligado à categoria de mostraçã, situação que aos poucos vai sendo movida em direção à narração e ao modo clássico e hegemônico de fazer cinema que sobrevive até hoje.

Trabalhando juntos ou separados, Gaudreault e Gunning parecem convergir em alguns pontos apesar de haver diferenças entre a idéia de Cinema de Atrações e o esquema narratológico proposto por Gaudreault.

De uma forma ou de outra, ambos determinam uma espécie de polaridade entre atrações, espetáculo ou mostraçã e a narração da maneira como a conhecemos hoje em sua forma hegemônica no cinema.

Os dois também parecem concordar que, com a ascensão de Griffith e seus trabalhos no cenário da indústria do cinema, o pólo da narração clássica

começa a tornar-se hegemônico apontando para o pólo do espetáculo um papel cada vez menor nos filmes que se seguiram.

O modo de fazer cinema estabelecido por Griffith, de certa forma, decreta a queda de um outro personagem tão importante nesta trajetória: George Méliès.

Se o trabalho de Griffith é citado como ligado à narração e ao domínio sobre uma recém descoberta linguagem do cinema, Méliès encarnou no Primeiro Cinema o lado do espetáculo, junto com tantos outros realizadores.

Através de truques cada vez mais complexos que iam da inversão do sentido em que a película rodava, à sobreposição de negativos e até ao processo de colori-los artificialmente, o mágico Méliès atraiu a atenção dos espectadores e construiu, da sua forma, sua relação com o público, numa trajetória diferente da de Griffith, num caminho que o levaria do sucesso à miséria em menos de 20 anos.

Nesse momento, a balança de Gaudreault pende definitivamente para a narração e a mostração parece então fadada ao esquecimento.

Entretanto pode não ter sido bem assim.

Teria a ascensão de Griffith sepultado a *Mostração* de Gaudreault e o *Cinema de Atrações* de Tom Gunning deixando-os apenas como características de uma época, a do Primeiro Cinema, que finda entre os anos de 1906/1908?

Seriam esses dois extremos, *Atrações* e *Narração*, a única equação possível para estruturar as possibilidades do fazer cinematográfico?

3.2.2 O retorno das atrações

Na coletânea coordenada por Wanda Strauven “*The Cinema of Attractions Reloaded*”¹⁵ a organizadora em seu texto introdutório afirma:

Apesar do fato do *Cinema de Atrações* ter sido pensado claramente como uma categoria de prática fílmica de um período específico (e mais especificamente de relação com o espectador), o seu real interesse consiste na sua aplicabilidade em outros períodos da história do filme, a outras práticas além do cinema dos primeiros anos (e até além do cinema). O próprio Gunning é responsável por uma espécie de universalização do conceito quando afirma em seu ensaio básico: “Na verdade o *Cinema de Atrações* não desaparece com o domínio da narrativa, mas sim permanece subterrâneo, em certas práticas de vanguarda e como componente de filmes narrativos, mais evidente em alguns gêneros (o musical por exemplo) que em outros.”¹⁶ Ou ainda : “Claramente , de uma certa forma , o recente cinema do espetáculo reafirmou suas origens no que poderia ser chamado de cinema de efeitos de Spielberg-Lucas-Coppola”^{17 18} (STRAUVEN, 2000, p.20)

Como demonstra esse fragmento introdutório, o próprio Gunning vê o conceito de Cinema de Atrações nos dias de hoje. Até o título da coletânea de Strauven, que faz referência à trilogia de Matrix, sugere essa possibilidade.

O grande problema em relação a isso pode ser traduzido pelos questionamentos de Warren Buckland que no texto “*A Rational Reconstruction of The Cinema of Attractions*” inserido na coletânea *The Cinema of Attractions Reloaded* pergunta:

¹⁵ O livro editado pela Universidade de Amsterdam, onde Wanda Strauven é professora de *Film Theory* e *Media Archaeology*, é uma espécie de edição comemorativa dos vinte anos dos primeiros textos de Gunning e Gaudreault onde a expressão *Cinema of Attraction* foi usada para definir uma nova forma de avaliar os filmes do período de 1895 a 1906/1908.

¹⁶ Gunning , “ The Cinema of Attractions”

¹⁷ Gunning , “ The Cinema of Attractions”

¹⁸ “Despite the fact that the cinema of attractions was clearly thought of as a time specific category of film practice (and more specifically of spectatorship), its real attraction consist of its applicability to other periods of film history, to other similar practices beyond early cinema (and even beyond cinema).Gunning himself is responsible for such a universalization of the concept by stating in his seminal essay. “In fact the cinema of attractions does not disappear with the dominance of narrative, but rather goes underground, both into certain avant-garde practices and as a component of narrative films, more evident in some genres (e.g. the musical) than in others.”¹⁸Or again: “Clearly in some sense recent spectacle cinema has reaffirmed its roots in what might be called the Spielberg-Lucas-Coppola cinema of effects recente cinema do espetáculo reafirmou suas origens no que poderia ser chamado de cinema de efeitos de Spielberg-Lucas-Coppola.”

Pode o cinema dos primeiros tempos (Lumière e Méliès) as vanguardas (impressionismo francês, expressionismo alemão, a montagem soviética, surrealismo, vanguarda americana) bem como ainda o *vaudeville*, os circos e as feiras e os *blockbusters* hollywoodianos contemporâneos realmente serem discutidos sob o mesmo conceito? O conceito de *Atrações* não teria sido estendido demais? (BUCKLAND, 2006, p.51)¹⁹

Em seu texto Buckland cita outras críticas às idéias de Gunning, principalmente as desferidas por Charles Musser e David Bordwell. Entretanto a citação acima resume bem o fato de que a questão das *Atrações*, na acepção de Gunning, pode não ser tão válida assim em cenários mais amplos apesar de sua popularidade, mesmo em situações diferentes das que deram origem ao termo, no caso, os estudos sobre o cinema dos primeiros tempos ou Primeiro Cinema (*Early Cinema*).

É necessário abrir aqui um parágrafo para as explicações que o próprio Gunning oferece às críticas e dúvidas em relação ao conceito de Cinema de *Atrações* no texto "*Attractions: How They Came into the World*" que abre a coletânea de Strauven. Nesse texto Gunning conta como o nome de *Atrações* deve-se a uma série de autores que influenciaram o seu trabalho, como Eisenstein já citado, bem como a dificuldade da tradução da expressão "*Early Cinema*" para o francês que o levou, a pedido de André Gaudreault, a pensar num outro nome, surgindo então o termo "*Cinema of Attractions*", que em francês contornava os problemas de tradução e entendimento do anterior.

Poderíamos tentar resumir as críticas comentadas por Gunning em duas questões principais:

a) Uma questão temporal onde os questionamentos estão ligados às datas onde começa e termina efetivamente o reinado do que Gunning chama de "Cinema de *Atrações*" e cujo período de dominância (usando os próprios termos de autor) iria de 1895 a algo em torno de 1905 a 1906. Alguns desejam aumentar esse período até a Primeira Guerra Mundial (outros como já comentamos até os dias de hoje) e críticos como Musser pretendem reduzi-lo a apenas dois ou três anos após a

¹⁹ Can early cinema (Lumière and Méliès), the avant-gardes (French Impressionism, German Expressionism, Soviet montage, Surrealism, the American avant-garde), as well as vaudeville, circuses and fairgrounds, and contemporary Hollywood blockbusters, really be discussed under the same concept? Is the concept of attraction not being stretched too far?

primeira exibição pública onde, segundo Musser, haveria uma espécie de aura de novidade em relação ao aparato cinematográfico, fato que se dispersaria e redirecionaria o cinema já bem cedo para a busca da construção narrativa. A esse aspecto Gunning argumenta o que parece ser bastante lógico, ou seja, são questões muito subjetivas já que, onde em determinados trabalhos ele, Gunning, vê ainda o domínio das *Atrações* (aumentando, portanto o período do *Cinema de Atrações*), Musser vê já a predominância de estruturas narrativas, portanto, reduzindo o período. Para Gunning o que importa aqui não são as datas específicas deste ou daquele filme, mas sim o que ele chama de dominância de um modo específico de se dirigir ao espectador, baseado em estratégias não eminentemente narrativas e com muita frequência construídas a partir do exótico, do inesperado e do não usual.

b) Em segundo lugar há o problema de antagonismo ou não entre *Atrações* e *Narração*. Nesse aspecto Gunning retorna sobre o seu conceito de dominância e afirma nunca ter dito que não existiam indícios narrativos nos trabalhos do Primeiro Cinema e sim que, tanto numericamente como em termos qualitativos, as atrações eram mais dominantes diz Gunning:

Mais do que ver atrações como simplesmente uma forma contrária à narrativa, eu as proponho como uma configuração diferente no envolvimento do espectador, um direcionamento que de fato interage em complexos e variados caminhos com outras formas de envolvimento.²⁰
(GUNNING, 2006, p.37)

Redirecionando, portanto, a discussão sobre a validade do conceito de Cinema de Atrações de Gunning para cenários além da primeira década do cinema (o que mesmo assim ainda é motivo de polêmica) é possível dizer que a partir da idéia de impactar o corpo do espectador (mais próximo, portanto do conceito de Eisenstein) poderemos delinear um conjunto de práticas exteriores ao que chamamos de paradigma narrativo; práticas essas que também se aprimoraram e desenvolveram ao longo dos anos, tais quais as práticas da narração cinematográfica, e não numa relação de antagonismo ou oposição e sim, muito mais como formas que se interpenetram e convivem juntas nos trabalhos cinematográficos contemporâneos.

²⁰ "Thus, rather than seeing attractions as simply a form of counter-narrative, I have proposed them as a different configuration of spectatorial involvement, an address that can, in fact , interact in complex and varied ways with other forms of involvement."

3.3 As atrações, o corpo e a produção contemporânea

Retornando à idéia de usar o conceito de Cinema de Atrações no cinema contemporâneo é preciso, portanto, estar ciente das questões e contradições que tal proposta envolve. Para que esse uso tenha alguma chance de ser válido é preciso retornar a um dos conceitos centrais no Cinema de Atrações de Gunning, ou seja, a forma de como ele se direciona, se propõe e impacta o espectador ou, nas palavras de Strauven no texto introdutório da coletânea, “ *the fundamental question of the impact on the spectator.*” (STRAUVEN, 2000, p. 15)

Tanto em sua etimologia quanto na teoria de Gunning, as atrações são direcionadas a impactar os sentidos do espectador e, em última instância, a impactar seu corpo.

Se há discordâncias sobre a predominância das atrações ou da narração em alguns trabalhos de Méliés como em “Viagem a Lua”, é consenso que as obras de Méliés, bem como a de muitos outros produtores do chamado *Early Cinema*, sempre buscavam a reação dos espectadores em termos corporais: o riso, o susto, a alternância entre contração e relaxamento, entre o prazer e a repugnância.

3.3.1 Oposição ou inserção - Em busca de uma solução melhor

Outro fato importante a ser discutido é que, mesmo a partir do conceito de Cinema de Atrações de Tom Gunning, *Narração* e *Atrações* não são elementos opostos e antagônicos. E esse é um fato importante.

O texto já citado acima traz de forma bem clara que Gunning vê as duas coisas como pólos que se interpenetram e que em determinados momentos tendem mais a um lado ou a outro.

Gaudreault parece pensar de forma semelhante e ambos concordam que nos trabalhos do *Early Cinema* eram as atrações o *modo dominante*.

Uma situação inversa encontra-se hoje, quando teóricos e analistas observam principalmente nos *blockbusters* de Hollywood um redirecionamento para o espetáculo e o impacto visual, ainda que dentro de filmes que contam histórias, ou seja, eminentemente narrativos.

Muitos exemplos onde as atrações e o impacto no espectador parecem ser mais importantes do que a narrativa podem ser citados, mesmo que esta (a narrativa) exista e mesmo que estejamos falando do cinema dos dias atuais.

A trilogia de “Matrix” com seu “*bullet time effect*” que lembra uma versão contemporânea dos experimentos de Muybridge²¹; a combinação de cores, fotografia e *super slowmotion effects* de “Hero” de Zhang Yimou, que nos permite ver a lâmina da espada do guerreiro cortar gotas de chuva com extremo nível de detalhes, podem ser listados como alguns desses filmes.

Num exemplo mais recente teríamos os efeitos 3D de “A Lenda de Beowulf” que parece nos levar do centro das cenas de combate ao interior da garganta do monstro que grita com enorme realismo.

Em todos esses casos, apesar de serem filmes que pretendem contar histórias, isto é, que pertencem ao paradigma narrativo, há vários momentos onde o conceito de *Atrações* de Gunning parece poder ser aplicado a partir da sua característica essencial de buscar impactar o espectador de uma forma direta, visual e, em última instância, corporal.

Como explicar então situações como essa? O que acontece com a narrativa nestes momentos? Ela para, dá espaço para as *Atrações* ou continua, só que por um outro caminho, de outra forma?

²¹ O fotógrafo Eadweard Muybridge é considerado um dos precursores do cinema devido às experiências que fazia com fotos em seqüência para descrever o movimento através de séries de imagens estáticas.

3.3.2 A teoria da materialidade de Gumbrecht

Na sua busca pela compreensão das condições para a produção do sentido, Hans Ulrich Gumbrecht desenvolveu a Teoria da Materialidade da Comunicação propondo a idéia do que ele chamou de “Campo Não Hermenêutico”, isto é, uma área onde a construção do sentido não se baseia na interpretação e na subjetividade, na essência interior das coisas a ser descoberta pelo intelecto (o que seria o campo hermenêutico); mas sim naquilo que não está nas profundezas e sim na superfície do mundo, no que pode ser percebido pelo corpo, na materialidade das coisas; um lado tão antigo quanto o próprio homem, mas ao mesmo tempo tão esquecido, devido à supremacia do poder dado à razão.

A partir desses conceitos iniciais Gumbrecht posteriormente desenvolve as idéias de Produção de Presença (que de agora em diante abreviaremos como PP) e Produção de Sentido (idem como PS), duas faces da experiência estética. A primeira direcionada ao corpo e a segunda ao intelecto; a primeira para a apreensão direta pelos sentidos, a segunda para ser desvendada pela interpretação.

Para compreendermos melhor as idéias de Gumbrecht é importante detalhar o significado de alguns termos usados por ele. Esse cuidado ele mesmo tem no início do seu livro “Production of Presence – What meaning can not convey”.

Quando Gumbrecht fala em “presença”, não fala em tempo presente ou numa dimensão temporal, fala em termos espaciais sobre o mundo e seus objetos. Segundo ele, algo que está presente é algo que pode ser tocado pelas mãos humanas e, em contrapartida, pode impactar o corpo humano de alguma forma. A “presença” do autor significa a materialidade palpável, experimentada pelos sentidos.

Sobre o termo “produção” o autor explica que usa essa palavra não no sentido ligado à manufatura industrial de produtos, mas sim no sentido da sua etimologia, do latim *producere*, que significa trazer à frente, aproximar no sentido espacial, avançar, se apresentar adiante.

O próprio Gumbrecht define o que entende por Produção de Presença: “[...] produção de presença aponta para todos os tipos de eventos e processos onde o impacto de objetos presentes nos corpos humanos está sendo iniciado ou intensificado.” (GUMBRECHT, 2004, p. xiii)²².

Sobre a palavra “sentido” ela a usa sem necessidade de explicações adicionais, segundo ele, quando atribuímos sentido a uma coisa que está presente, quer dizer que formamos uma idéia do que essa coisa deve ser em relação a nós. Gumbrecht observa que nesse momento, ao atribuímos um sentido, acabamos, de certa forma, atenuando o impacto direto que essa coisa terá sobre nossos corpos, ou pelo menos atenuando esses efeitos e tornando-os menos perceptíveis.

O cerne da discussão de Gumbrecht se baseia no progressivo direcionamento da cultura ocidental, principalmente nas áreas das artes e humanidades, para a interpretação, ou seja, a produção de sentido, em detrimento da produção de presença.

Quando me coloco na posição daquele que vai interpretar, do que vai se debruçar sobre o sentido das coisas, tentando buscar a verdade que elas escondem em suas profundezas, acabo me esquecendo ou não percebendo que essas coisas também podem “dizer” algo de forma direta, através do impacto que podem causar nos meus sentidos. Um processo, portanto, até anterior à interpretação, mas que a cada dia tendemos a esquecer.

Ainda nesse capítulo onde Gumbrecht tenta traçar as linhas gerais e os conceitos básicos do seu pensamento, há um comentário bastante interessante e que nos traz o tema do direcionamento ao espectador nos dias atuais: “[...] alguns dos efeitos especiais produzidos hoje pelas mais avançadas tecnologias da comunicação parecem instrumentalizar o re-despertar de um desejo de presença.” (GUMBRECHT, 2004, p. xv).

Coincidentemente é nos efeitos especiais dos *blockbusters* do cinema americano que Gunning vê a permanência das atrações no seu diálogo com a narrativa.

²² “[...] production of presence points to all kinds of events and processes in which the impact that present objects have on human bodies is being initiated or intensified.”

Se no início da teoria da materialidade Gumbrecht focou toda a sua atenção no campo não hermenêutico, com os conceitos de PP e PS ele propõe uma coexistência que se alterna entre uma direção e outra de acordo com cada situação. Na introdução de seu livro “*Production of Presence – What meaning cannot convey*”, Gumbrecht diz “nesse espírito, o livro sugere, por exemplo, que concebemos a experiência estética como uma oscilação e às vezes como uma interferência entre Efeitos de Presença e Efeitos de Sentido.” (GUMBRECHT, 2004, p.2)²³

De qualquer forma é a idéia do direcionamento ao corpo e aos sentidos, nomeada de produção de presença e distante da produção ligada à interpretação e à narrativa, que nos interessa como a tradução física e material do que Gunning chama de atrações.

3.3.3 Uma nova experiência visual e sonora

Ao nosso modo de ver um conjunto de fatores econômicos e tecnológicos, no período que se inicia por volta de 1975, permite uma espécie de retorno às atrações de forma mais intensa e à busca pelo impacto direto ao corpo.

Usamos o termo “mais intensa” no parágrafo anterior já que acreditamos, como já discutido anteriormente, que as atrações não desapareceram totalmente depois da organização do código cinematográfico e sim que foram absorvidas pela narração que, nos termos de Gunning, passou a ser a forma dominante ou de maior dominância.

O esgotamento da antiga fórmula econômica de manutenção da indústria cinematográfica, unicamente através das receitas de bilheteria que já discutimos antes, leva os estúdios a procurar novas opções de receita e, obviamente, de atrair esse espectador agora dividido entre a televisão (aberta e fechada) e a possibilidade de entretenimento doméstico com o videocassete.

²³ “[...] In this spirit, the book will suggest, for example, that we conceive of aesthetic experience as an oscillation (and sometimes as an interference) between Presence Effects and Meaning Effects”

A nível do que ia ser exibido também era preciso mostrar algo novo, diferente e que possibilitasse uma experiência visual e sonora mais intensa.

Uma das primeiras medidas dos estúdios, quando ainda viam a televisão como um inimigo perigoso, foi criar os grandes formatos de tela e realizar as superproduções com amplas paisagens e cenários exuberantes, justamente para diferenciar o impacto visual proposto ao espectador na sala de cinema em relação ao que ele tinha na sala de casa vendo TV.

É curioso observar que o cinema quando nasceu, em termos tecnológicos, representou também uma espécie de salto em relação às tecnologias de registro da imagem até então existentes.

Apesar de todos os avanços técnicos ocorridos nesses mais de 100 anos de história, é justamente o advento do computador e do tratamento digital da imagem que, na virada dos anos 70 para 80, já no século XX, abriram novas e totalmente diferentes possibilidades para a produção cinematográfica.

O salto tecnológico abre o espaço para as atrações basicamente porque permite uma experiência nova e estimulante.

Se conseguíssemos nos transportar para os espaços de projeção usados pelos irmãos Lumière, por exemplo, colocando-nos como espectadores daquela época, talvez pudéssemos sentir em termos corporais a estimulação de ver um trem que aparentemente iria invadir o recinto e atropelar a todos.

Nesse exemplo fica clara a dominância das atrações em relação à narrativa.

Vamos tentar descrever essa experiência em termos de produção de sentido e depois em termos de produção de presença. Primeiro a PS. O que podemos interpretar ou concluir de algo assim?

- a) É um trem;
- b) Vai para algum lugar ou vem de algum lugar;
- c) Está cheio, vazio, é feio, bonito, tem coisas escritas nele;

d) Pode me lembrar fatos da minha memória pessoal.

A produção de sentido vai até aí. E o que aconteceria em termos de PP ?

Nosso cérebro, baseado em nossas experiências visuais corriqueiras, a partir da informação que nossos olhos estão transmitindo, vai calcular a distância do trem que vem em nossa direção e automaticamente disparar um alarme corporal que poderá incluir suor, tensão muscular, aceleração da respiração, injeção de adrenalina na corrente sanguínea. A produção de presença, nesse momento (que aconteceu há mais de 100 anos atrás) é dominante.

É claro que hoje, ver as “inocentes” imagens do final do século XIX, pode até nos dar um pouco de sono (o que não deixa de ser produção de presença), mas não nos afetará da forma que descrevemos antes. Já uma exibição de um filme com a nova tecnologia de projeção 3D pode nos induzir , hoje, a um efeito de PP semelhante ao que o trem de cem anos atrás levou às platéias do início do cinema.

Atualmente temos novos referenciais em termos de experiência visual e os primeiros filmes dos Lumière não poderão mais ter o mesmo impacto corporal, basicamente porque o cérebro julgará essas imagens não como uma ameaça iminente, mas como algo comum que nossa razão já identificou rapidamente.

A questão da fácil ou difícil identificação visual discutiremos a frente, no capítulo seguinte.

Aquele trem então para nos interessar, agora terá que, por exemplo, conduzir um assassino que vai matar passageiros de forma metódica e que será perseguido por um detetive astuto, que a partir das pistas nos conduzirá à solução do mistério. Volta aqui à narração, forma dominante do cinema, a envolver nosso trem original.

Com o novo salto tecnológico a que me refiri antes, viabilizado pela introdução de efeitos especiais mais realista, nosso antigo trem vira uma espaçonave que em 1977 atravessa a tela que mostra o espaço distante. A audiência respira extasiada nas cenas iniciais de Star Wars, não porque acredite que a espaçonave vai invadir o cinema, mas porque nunca tinha visto (e ouvido) uma espaçonave com aquele nível de realismo, mesmo provavelmente ser nunca ter

visto uma espaçonave de verdade. As atrações mais uma vez mostram que estão disponíveis para os realizadores e que dali em diante vieram para ficar.

É o próprio Gunning quando fala do “cinema de espetáculo de Spielberg-Lucas e Coppola” que indica a presença mais marcante das atrações nesse momento. Gumbrecht, como também já vimos antes, vê nessas mesmas novas tecnologias o olhar mais atento para as possibilidades de impacto direto aos sentidos e ao corpo, ou usando seus próprios termos, para a produção de presença.

É impossível não pensar então na PP e na PS e não associar esses elementos aos pólos de *Mostração e Narração* de Gaudreault ou de *Atrações e Narração* de Gunning.

Voltando ao trabalho dos Lumiére, de Méliès e, de forma geral, em todo o “Primeiro Cinema” da análise de Gunning, no período de 1895 a 1906 houve muita Produção de Presença, ou seja, muito direcionamento ao espectador e seu corpo.

Com Griffith a tensão entre esses pólos se inverte e todo esforço é feito então para envolver e intensificar a imersão do espectador no mundo da diegese e da narração.

A partir de meados da década de 70, o esgotamento do paradigma eminentemente narrativo dentro da mais forte indústria cinematográfica do mundo, Hollywood, e o aparecimento crescente da possibilidade de efeitos especiais cada vez mais complexos abriram, nos anos posteriores, a chance de reinserção da busca pelo impacto direto ao espectador.

O reinado dos *blockbusters* começa com “*Jaws*” de Spielberg em 1975. O filme trabalha o suspense e o medo indo da descrição da tragédia do navio de guerra onde serviu o pescador Quint e que teve centenas de tripulantes mortos por tubarões após um naufrágio, até o limite da visão de ser comido por uma fera implacável.

A narrativa em alguns momentos parece ultrapassar uma espécie de fronteira onde não há nada para pensar ou entender, resta apenas a experiência direta do medo criada pela presença do monstro.

Esse parece ser um exemplo de como a narrativa e as atrações parecem se alternar servindo uma à outra no intuito de conduzir o espectador, que acompanha a história, mas se comprime na cadeira quando começa a ouvir os acordes que indicam a aproximação do tubarão. Nosso cérebro rapidamente aprende que aquele som antecede cenas fortes, sustos e tensões fazendo com que nosso corpo reaja de acordo.

Com o fortíssimo (para a época) impacto visual das espaçonaves e batalhas, “*Star Wars*” de 1977, continua o caminho de mudar a forma de como o espectador é atingido pelo filme. A fórmula passa pelo aumento de detalhes e do realismo, pela intensidade do som e pela construção de imagens que exigirão do cérebro mais trabalho para interpretar. Se Gumbrecht está certo, nas lacunas da produção de sentido, a produção de presença pode ser sentida de forma mais concreta.

Mesmo com a construção de personagens interessantes e um enredo inovador para a época, é o ambiente que une ficção científica e o místico conceito da “Força” que propicia a experiência visual que, anos depois, foi reinventada em meio totalmente digital com a segunda trilogia.

Novos mundos, novos seres, armas, sabres de luz. Naquela época podíamos estar bem familiarizados com o som dos revólveres dos faroestes, mas ouvir um combate de sabres de luz, além de vê-lo é claro, propõe ao espectador algo novo aos sentidos que terão sua atenção canalizada para esses eventos.

É claro que a narrativa estará envolvendo tudo isso, só que dessa vez, algo diferente terá sido acrescentado. Algo que, dificilmente, não chamará nossa atenção.

O que se vê depois é o fortalecimento cada vez maior do lado visual dos filmes como se a *Industrial Light and Magic* de George Lucas fosse a versão contemporânea dos estúdios de Méliès e este último fosse o precursor de uma geração de diretores especializados em impactar as platéias com truques e efeitos cada vez mais realistas.

A crença de Méliès nas atrações, aparentemente um caminho que parecia ir contra a direção da história do cinema que se voltava, na época dele,

definitivamente para a narração, parece viva nos dias de hoje onde os limites do real são testados a cada novo filme lançado.

O salto tecnológico iniciado com os primeiros *blockbusters* quer agora nos propor um nível de interação totalmente novo com a imagem do filme. As projeções em 3D como mostra a tabela abaixo são uma nova tendência que em termos simples novamente propõe uma experiência mais intensa em termos visuais, ou seja, algo que nosso cérebro de novo terá que se esforçar pra compreender reagindo de forma mais instintiva e direta, sem a intermediação da razão.

Se num filme em 3D alguém aponta uma lança numa direção perpendicular ao plano da tela, para você, (se estiver com os óculos especiais que em breve serão aposentados), vai parecer que vão acertar o seu nariz. E se é o primeiro filme que você vê provavelmente seu corpo reagirá recuando por reflexo ou se desviando, já que a experiência é nova e, portanto sua reação será instintiva e não “pensada”.

ANO 2008	FILMES	DISTRIBUIDOR
Outubro	Os Mosconautas no Mundo da Lua	Play Arte
Novembro	Scar 3D – A Marca do Mal	Play Arte
ANO 2009	FILMES	DISTRIBUIDOR
Janeiro	Bolt 3D	Disney
Fevereiro	Coraline	Universal
Março	Premonição 4	Play Arte
Abril	Monstros x Alienígenas	Paramount
Maio	Uma Noite no Museu 2	Fox
Junho	Up 3D	BVI
Julho	A Era do Gelo 3	Fox
Julho	Planet 51	Imagem
Julho	Transformes 2	Paramount
Dezembro	Avatar	Fox
Dezembro	The Princess and the Frog	Disney
ANO 2010	FILMES	DISTRIBUIDOR

Março	How to Train Your Dragon	Paramount
Julho	Shrek 4	Paramount

Quadro 1 - Lançamentos de filmes 3D confirmados

Fonte: Jornal Folha de São Paulo (2008)

Se você já vê a lança na sua cara, o passo seguinte será tocar nela.

A idéia de “*user experience*”, que parece guiar os lançamentos da indústria do entretenimento no mundo globalizado, leva o envolvimento corporal a novas fronteiras onde o próprio conceito do que é realidade ou não parece tênue.

O game interativo parece ser a fronteira da narrativa onde a tensão entre Produção de Presença e Produção de Sentido parece enfim se transformar em algo mais integrado e totalmente novo. Quem já experimentou o Wii da Nintendo provavelmente concordará comigo.

Por fim a aparente derrota de Méliès e das atrações diante da experiência narrativa produzida pelos trabalhos de Griffith (usando aqui esses dois nomes apenas como representantes de categorias com muitos outros integrantes) pode não ter acontecido totalmente ou, pelo menos, estar sendo modificada nos dias atuais, também como há cem anos atrás, por motivos econômicos e de mercado, ou seja, pela única coisa que parece não ter se alterado ao longo de todo esse tempo: a necessidade de buscar a atenção do espectador.

Talvez a idéia de Cinema de Atrações de Gunning seja então realmente ainda válida nos dias de hoje, mas “recarregada” dentro de um quadro mais amplo, ao qual poderíamos chamar de não narrativo/ narrativo, ou dualidade produção sentido/produção de presença ou dualidade narração e atrações. Uma relação onde um pólo não exclui o outro, e sim complementa o outro, na construção da experiência do espectador.

3.4 A estrutura visual

Para complementar nossa tentativa de identificar os recursos não narrativos que o trailer pode utilizar para atrair seus espectadores, apresentamos aqui uma ferramenta que será útil em nossas análises.

Ela chama-se Análise da Estrutura Visual e foi desenvolvida pelo pesquisador Bruce Block da Universidade do Sul da Califórnia (USC).

O próprio Block, em seu livro *The Visual Story - Seeing the structure of film, tv and new media* " conta que suas idéias foram baseadas nos estudos de Eisenstein, bem como de Slavoko Vorkapich e Lester Novros. Esses dois últimos também ensinaram na USC antes de Block. O próprio Eisenstein, segundo Block, também fez palestras na USC em 1933.

O trabalho desse grupo, que estudou os aspectos visuais das imagens em movimento, em épocas diferentes, deu a Block os subsídios para organizar sua ferramenta a partir, inicialmente, da decomposição dos elementos que organizam as imagens e que ele chama de "basic visual components" ou componentes visuais básicos.

Entender a estrutura visual permite a você comunicar estados de espírito e emoções, dá a sua produção visual, variedade, unidade e estilo e, o mais importante, revela a fundamental relação entre a estrutura da história e a estrutura visual. (BLOCK, 2001 , p.xii)²⁴

Assim as imagens, das mais simples às mais complexas podem ser analisadas em função de 7 elementos que funcionam como tijolos numa composição. São eles:

a) Espaço - este componente se refere a 3 situações : o espaço em frente à câmera quando ela está filmando; a diferença entre o espaço que filmamos e como ele aparece na tela em que assistimos e as características da tela onde estamos vendo nosso filme;

²⁴ "Understanding visual structure allows you to communicate moods and emotions; give your production visual variety, unity and style, and most importantly, reveals the critical relationship between story structure and visual structure."

- b) Linhas;
- c) Formas;
- d) Tonalidade - aqui indicando branco, preto e a escala de cinza entre esses dois extremos;
- e) Cores;
- f) Movimento;
- g) Ritmo.

Para Block (2001) esses 7 elementos básicos são os responsáveis pela construção de todas as imagens que vemos e, portanto, podemos analisá-las a partir deles. Outro conceito fundamental na ferramenta de Block são os conceitos de afinidade e contraste.

Para explicar isso podemos usar o elemento tonalidade em uma situação bem simples que seria a escala de cinza.



Figura 7 - Exemplo de contraste



Figura 8 - Exemplo de afinidade

Nas duas escalas acima a primeira apresenta uma grande diferença entre seus extremos. Nela, portanto teremos contraste. Já na de baixo os quadros são todos iguais, não há nenhum contraste no elemento tom. Há, sim, afinidade.

Aplicados a uma imagem, o elemento tonalidade e suas situações de contraste e afinidade poderiam ficar como o exemplo abaixo:

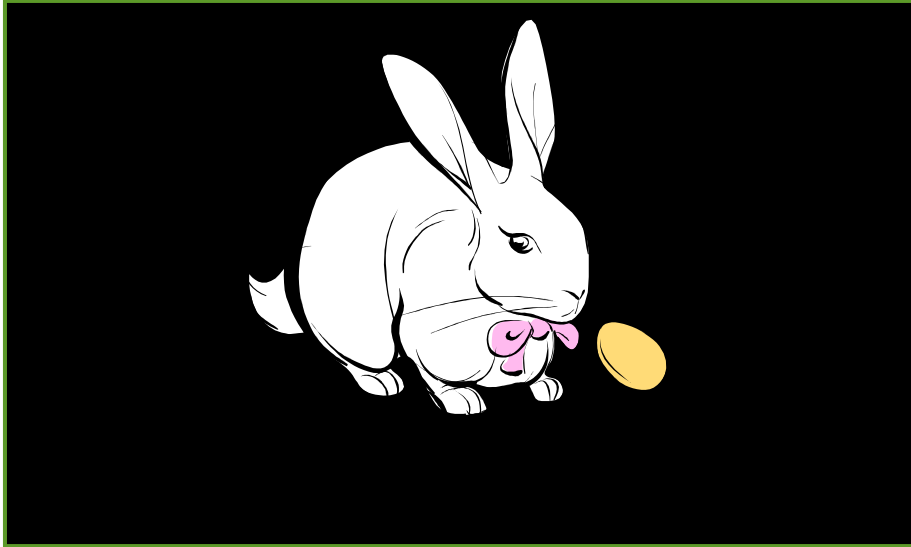


Figura 9 - Exemplo de contraste no elemento tonalidade

Fonte: Do autor

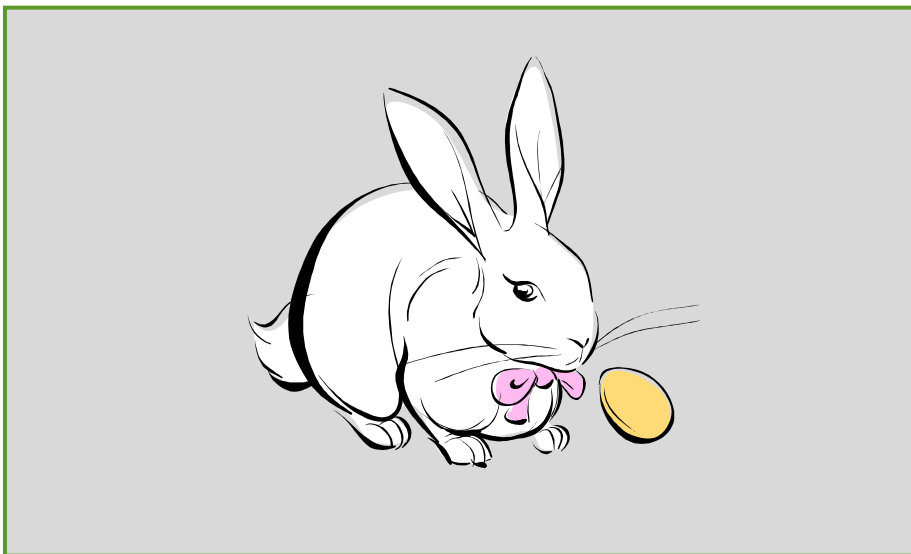


Figura 10 - Exemplo de afinidade no elemento tonalidade

Fonte: Do autor

Segundo Block a imagem do coelho de cima oferece mais impacto visual do que a de baixo apenas com a manipulação do elemento tonalidade.

Por isso se nosso objetivo fosse chamar atenção para a imagem do coelho a solução com mais contraste seria mais eficiente. Os designers, a partir de outro tipo de conhecimento, sabem disso e se utilizam desses recursos para conseguir otimizar as mensagens que criam. O uso desses conceitos aplicados ao

elemento cor também é bastante difundido na indústria gráfica e no desenvolvimento de peças publicitárias.

Em cada um dos elementos básicos poderemos ter então contraste ou afinidade e seria preciso aqui um grande aprofundamento na análise de Block para podermos mostrar todas as variações e possibilidades que os elementos básicos podem formar.

Mas se os elementos tonalidade e cor, bem como sua manipulação entre contraste e afinidade, já são bastante conhecidos em outras áreas como já afirmamos acima; vamos tentar desenvolver o mesmo conceito em função de elementos mais ligados ao cinema e às imagens em movimento, que estão mais próximos do nosso objeto de estudo.

Apenas como exemplo, para facilitar o entendimento, no elemento espaço descrito por Block, onde poderia haver contraste e onde haveria afinidade?

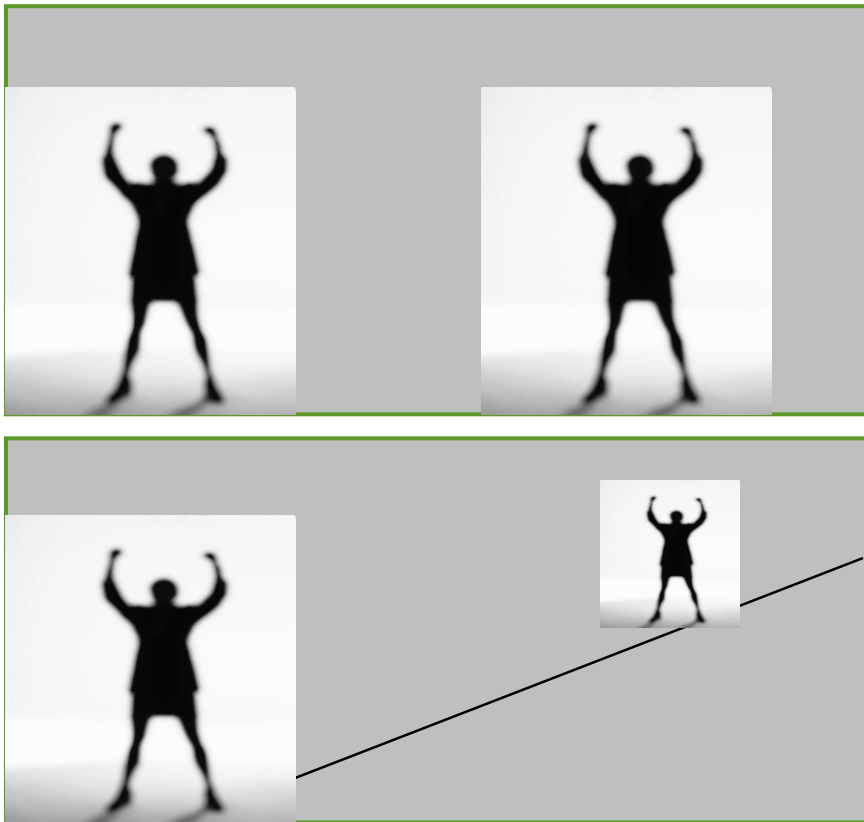


Figura 11 – Modelos de figuras com afinidade e contraste no elemento espaço

Fonte: Do autor

Um dos casos analisados por Block nos mostra que dois elementos em perspectiva, como no desenho acima, terão mais contraste do que os mesmos elementos do mesmo tamanho e lado a lado, como na primeira figura. Nesse caso há afinidade.

Do mesmo modo a intensidade visual dos elementos em perspectiva será maior do que a dos elementos iguais um ao lado do outro.

No elemento movimento, por exemplo, a trajetória de um carro que é mostrada em várias tomadas no filme, se feita mostrando o carro sempre no mesmo sentido terá afinidade e se apresenta o carro num sentido e logo em seguida num sentido diferente, apresentará contraste.

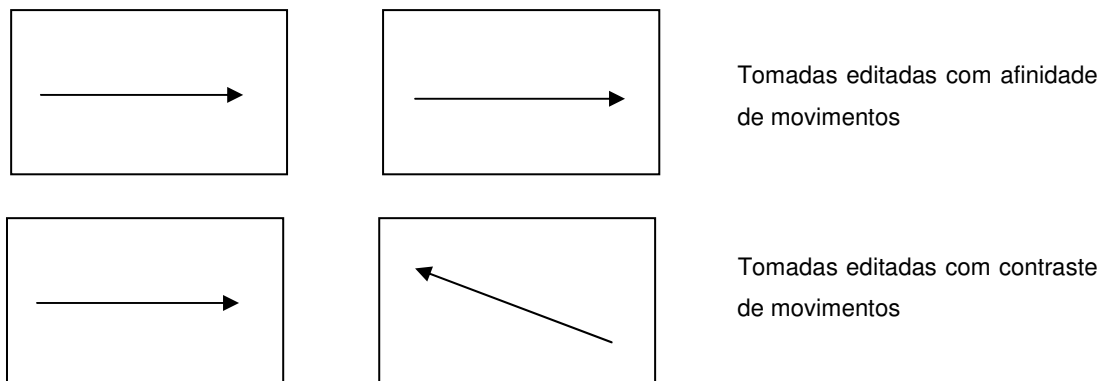


Figura 12: Exemplos de afinidade e contraste no elemento movimento

Fonte: Do autor

É interessante observar que um dos princípios da edição, o da continuidade dos movimentos, recomenda a situação de afinidade (sem usar obviamente esse termo) justamente porque assim a emenda de uma tomada para outra será menos perceptível.

Se imaginarmos que a edição, dentro, por exemplo, do modo clássico que já vimos antes, serve à narrativa e idealmente ajuda para que ela flua de forma “confortável” e clara para o espectador; faz sentido então usar a afinidade para que a emenda entre as tomadas ou, enfim, a sequência resultante dessas emendas, não tenha tanta intensidade visual, não chame mais atenção para si do que para a própria história que está sendo contada.

Nos termos dos autores que vimos antes, nesse momento da narrativa não há necessidade da atração no conceito de Gunning e sim da produção de sentido que Gumbrecht já definiu.

Os conceitos desses dois autores, quando unidos à ferramenta prática de Block, parecem ficar mais fáceis de serem percebidos nas análises dos filmes e trailers que podemos fazer.

Podemos também achar o contraste e a afinidade nas linhas, nas formas, nas cores e no ritmo e para tanto precisaríamos detalhar toda a ferramenta da análise da estrutura visual, o que estaria além dos nossos objetivos nesse trabalho.

Entretanto o que mais interessa para nós é a afirmação de Block sobre essas duas situações.

Para ele quando temos afinidade teremos menos intensidade visual enquanto no contraste teremos maior intensidade visual.

E o que seria intensidade visual? Como defini-la?

Voltando aos filmes, ao vermos uma sequência que nos prende a atenção, seja pelas belas imagens, seja pela edição rápida, seja por elementos que se destacam como explosões ou monstros horríveis, seja pela inclusão de coisas que desconhecemos ou não identificamos facilmente, ou ainda mostradas a partir de enquadramentos não tradicionais, dizemos que essa sequência é boa, forte, interessante. Já na situação oposta poderemos achá-la lenta, chata e até massante, cansativa.

É importante lembrar que estamos falando aqui de elementos visuais e não da história, apesar de que à frente veremos que essas coisas andam juntas.

Voltando ao visual, Block (2001) nos diz então que o controle da estrutura dos elementos básicos e a manipulação de contraste e afinidade ajudam o diretor a construir seu filme, de forma planejada, justamente porque pode associar esses elementos e seus estados à história que está contando.

Para fazer essa associação ele analisa através de gráficos o relacionamento da estrutura narrativa com a estrutura visual.

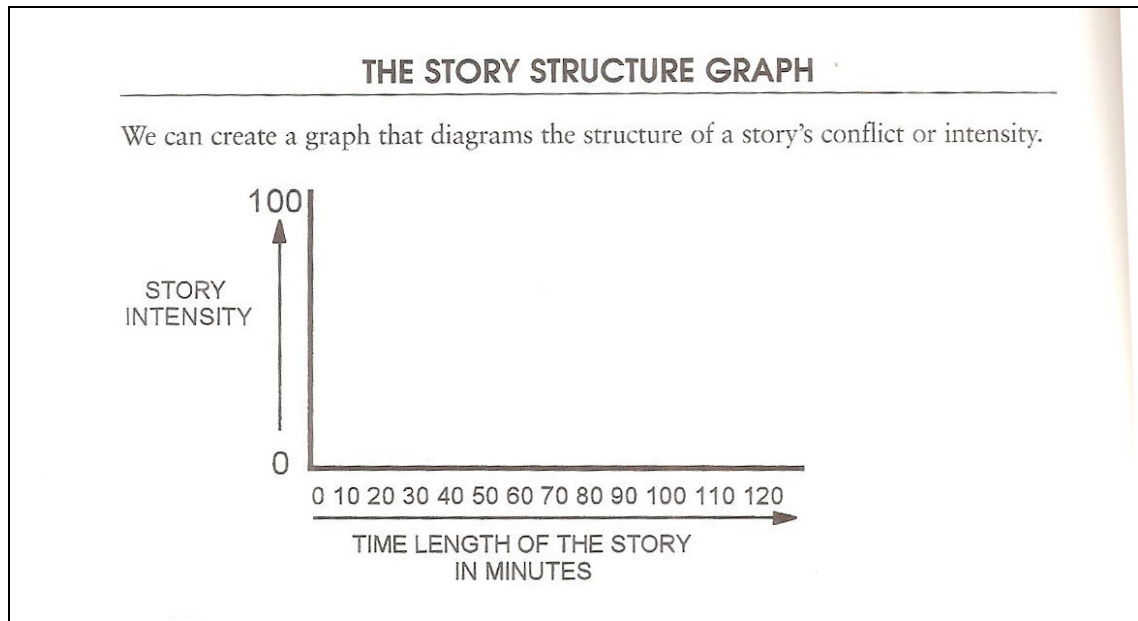


Gráfico 2: Gráfico da estrutura narrativa 1 – intensidade x tempo

Fonte: BLOCK, 2001, p.176.

Nesse fragmento do seu livro vemos acima um gráfico que propõe a variação da intensidade da narrativa ao longo do tempo.

Se pensarmos nos modelos clássicos hollywoodianos de roteiro temos normalmente uma “fórmula” que sugere 4 etapas de desenvolvimento: a exposição, o conflito, o clímax e a resolução. Como já vimos no modo narrativo clássico de Bordwell a história se iniciará com uma condição de equilíbrio que é quebrada e precisará ser re-estabelecida. Respectivamente uma exposição inicial (EX) e o conflito (CO) que será o desequilíbrio. Esse desequilíbrio se agravará até uma situação extrema, o clímax (CX) e daí a situação será resolvida ou a tensão desfeita, será a resolução (R).

O gráfico anterior ficaria então assim:

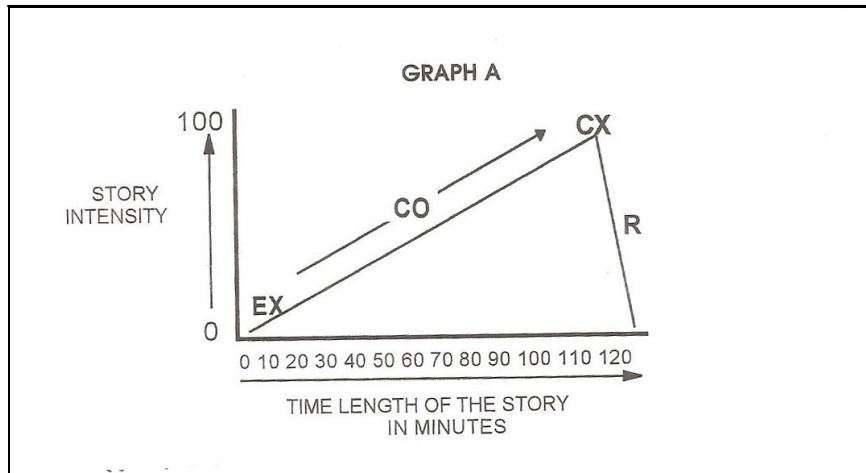


Gráfico 3: Gráfico da estrutura narrativa 2 – intensidade x tempo

Fonte: BLOCK, 2001, p.177.

Entretanto sabemos que as partes dos filmes não são tão lineares assim e uma versão mais fiel seria a mostrada a seguir:

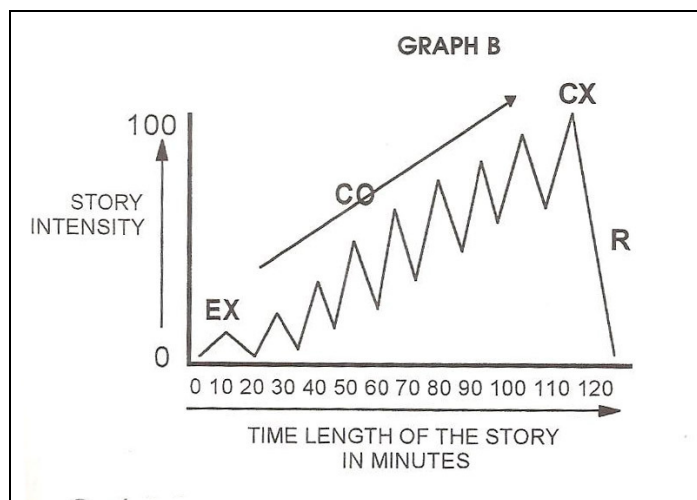


Gráfico 4: Gráfico da estrutura narrativa 3 – intensidade x tempo

Fonte: BLOCK, 2001, p.177.

Aplicado a um filme específico como Indiana Jones e os Caçadores da Arca Perdida o gráfico da estrutura visual proposto por Block seria o mostrado abaixo:

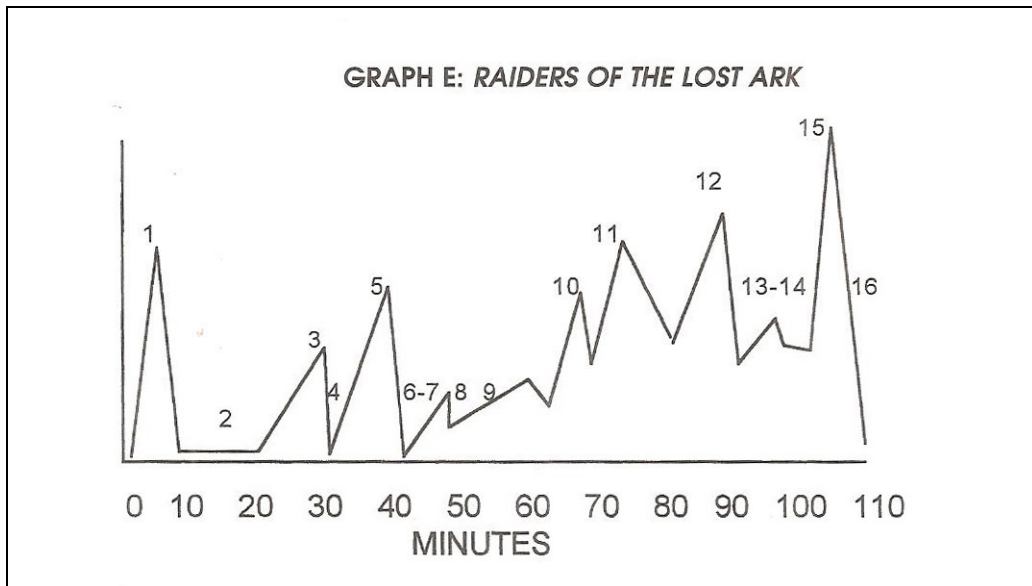


Gráfico 5: Gráfico da estrutura narrativa aplicado ao filme Caçadores da Arca Perdida

Fonte: BLOCK, 2001, p.182.

A primeira sequência de Indiana Jones e os Caçadores da Arca Perdida pode ser bastante instrutiva. Ela tem cerca de 14 minutos. Nosso personagem está em busca de mais um artefato antigo e para consegui-lo passa por uma série de dificuldades numa caverna. Corre das armadilhas, dos índios que o perseguem, enfim uma sequência bem construída que pode ser analisada tanto a nível da história, quanto dos elementos visuais.

De novo o gráfico apenas da primeira sequência nos dando um maior nível de detalhamento ficaria assim:

1. EX: Caminhada pela selva.
2. CO: Caminhada pela caverna.
3. CO: Indiana pega o artefato.
4. CO: Indiana corre e sai da caverna.
5. EX: Indiana encontra o outro arqueólogo Belloq.
6. CX: Os nativos perseguem Indiana.
7. R: Indiana escapa no avião.

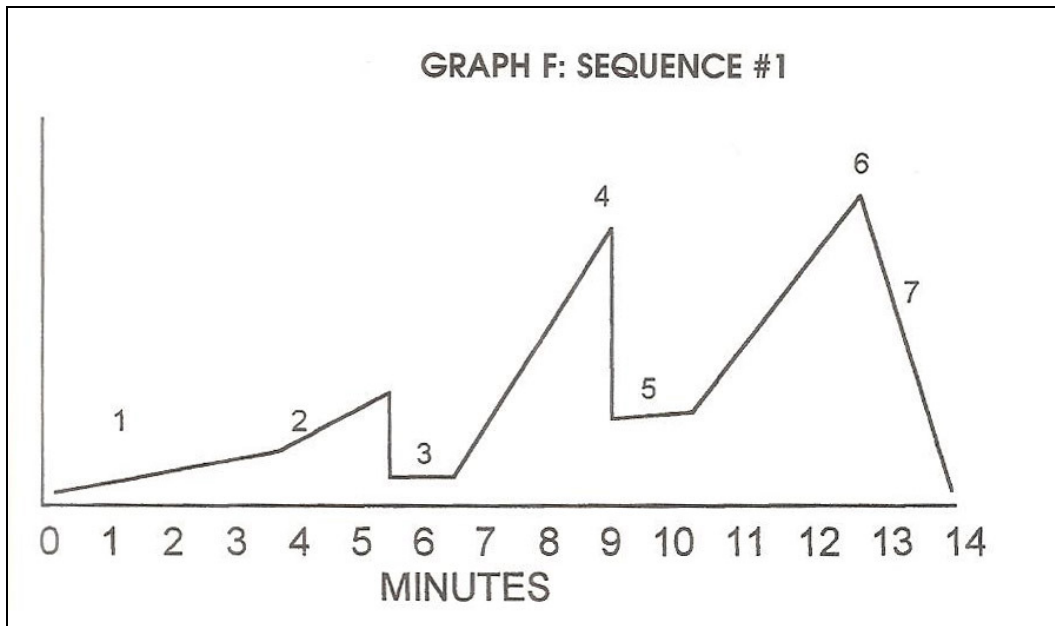


Gráfico 6: Gráfico da estrutura narrativa aplicado à sequência inicial do filme *Caçadores da Arca Perdida*

Fonte: BLOCK, 2001, p.183.

A nível do roteiro, o início nos apresenta esse personagem, nos diz que ele é um caçador de tesouros, corajoso e esperto, mas que também comete erros. Mas à frente descobriremos que ele na realidade é um professor de arqueologia.

O início do filme cumpre seu papel de ir situando um pouco o espectador no ambiente onde será introduzido, ao mesmo tempo em que o prende logo com uma sequência de ação. Exposição, conflito, clímax e resolução já podem ser identificados nessa primeira sequência mostrando que a linearidade do primeiro gráfico, se vista com detalhes já mostra variações.

A pergunta é: conseguiríamos fazer isso com uma sequência inicial lenta e sem ação, com tomadas longas e muito diálogo. Em tese sim na parte do roteiro, não haveria dificuldade nisso. Contudo, no que se refere a prender logo a atenção do espectador, precisamos de algo mais; precisamos da intensidade visual dos cortes rápidos, do movimento, dos elementos contrastantes.

Block nos ensina, portanto, que o ideal é que se a história pede ação, conflito, num crescendo que nos levará ao clímax da trama, o ideal é que a estrutura visual a acompanhe também com intensidade e consequentemente, elementos em contraste.

Se o momento é de explicar coisas, desenvolver diálogos mais complicados, dar tempo ao espectador para compreender e fazer as conexões da história, então é hora de menos intensidade visual e dos elementos em afinidade.

Graficamente a estrutura narrativa e a estrutura visual, através dos elementos básicos e suas variações, estariam relacionadas como abaixo:

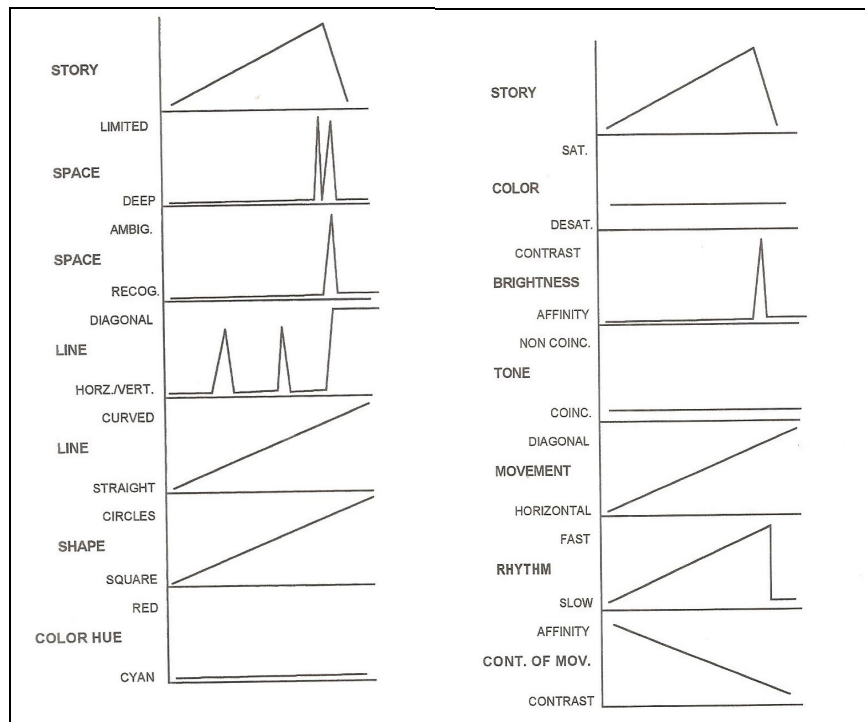


Gráfico 7: Relação dos gráficos da estrutura narrativa e da estrutura visual

Fonte: BLOCK, 2001, p.212.

Esses conceitos, que são baseados não só na teoria mas na prática fílmica, são um interessante complemento aos conceitos de atração de Gunning e produção de presença de Gumbrecht que vimos anteriormente.

Nas atrações, a intensidade visual é fator fundamental. No lado narrativo a intensidade visual pode até atrapalhar o fluxo da interpretação, quando essa exige mais do espectador.

De novo não há aqui pólos ou antagonismos. Os filmes se constroem dessa oscilação, variando é claro de gênero a gênero e de acordo com as necessidades da história a ser contada, dos interesses do estúdio e das escolhas do diretor, quando ele as pode ter.

Como já dissemos antes ninguém aguentaria duas horas de ritmo frenético, como também a maioria das pessoas se entediaria com duas horas de total falta de intensidade visual. Há exceções obviamente, mas, na sua maioria, os extremos não podem ser vividos indefinidamente. Há que ter alternância.

A ferramenta de Block é bem mais ampla do que esses breves comentários, mas sua apresentação aqui nos ajuda a entender melhor a construção do trailer que trabalha a lógica da estrutura visual também a seu favor.

Em nossa amostra de 80 trailers aplicamos parte da técnica de Block para encontrar algumas características interessantes dos trailers.

De todos eles foi feita uma medição da duração e do número de tomadas. Os trailers foram divididos por gênero de acordo com a classificação do próprio estúdio e o tempo total da duração de cada trailer, em segundos, foi dividido pelo número de tomadas.

A coluna em azul representa a duração média das tomadas de cada trailer. A média geral de toda a amostra é 1,44, ou seja, o tempo médio de duração das tomadas é menor que 1 segundo e meio.

Também observaremos que, apesar de algumas exceções, os filmes de ação, aventura, suspense e terror apresentaram tempo médio abaixo da média geral, alguns com duração de frações de segundo, ou seja, com duração média abaixo de 1 .

O drama *A Good Day To Be Black and Sexy* foi o ponto divergente com duração média de tomada de 0,38 segundos, abaixo de meio segundo, com 176 tomadas em pouco mais de 1 minuto.

Título do Filme Original	Gênero	Duração	Seg.	Takes	Dur. Média
1 Taken	Suspense	00:01:51	111	162	0,69
2 Two Lovers	Romance	00:02:03	123	85	1,45
3 Push	Ficção	00:02:29	149	249	0,60
4 State of Play	Suspense	00:02:27	147	156	0,94
5 Fast & Furious	Ação	00:02:21	141	167	0,84
Street Fighter: The Legend of Chun					
6 Li	Aventura	00:01:14	74	85	0,87
7 All About Steve	Comédia	00:02:29	149	111	1,34
8 X-Men Origins: Wolverine	Aventura	00:02:25	145	118	1,23
9 Friday the 13th	Terror	00:02:29	149	176	0,85
10 Medicine For Melancholy	Romance	00:02:02	122	50	2,44
11 He's Just Not That Into You	Comédia	00:02:29	149	100	1,49
12 Coraline	Animação	00:02:26	146	119	1,23
13 Tokyo Sonata	Drama	00:01:50	110	62	1,77
14 Valkyrie	Suspense	00:02:29	149	138	1,08
15 Fired Up	Comédia	00:02:28	148	155	0,95
16 The Proposal	Comédia	00:02:32	152	108	1,41
17 I Love You, Man	Comédia	00:02:27	147	107	1,37
18 The Last House on the Left	Suspense	00:02:30	150	141	1,06
19 Earth	Doc.	00:02:10	130	84	1,55
20 Watchmen	Ficção	00:02:19	139	46	3,02
21 Doubt	Drama	00:02:53	173	116	1,49
22 Obsessed	Suspense	00:02:29	149	139	1,07
23 The Pink Panther 2	Comédia	00:02:29	149	125	1,19
24 Astroboy	Animação	00:00:47	47	22	2,14
25 Good	Drama	00:02:23	143	112	1,28
26 9	Animação	00:02:04	124	84	1,48
27 Blessed Is the Match	Documentário	00:02:06	126	68	1,85
28 Madea Goes To Jail	Comédia	00:02:29	149	110	1,35
29 17 Again	Comédia	00:02:26	146	140	1,04
30 Gomorrah	Drama	00:02:27	147	88	1,67
31 Star Trek	Ficção	00:02:11	131	85	1,54
32 Angels & Demons	Suspense	00:01:09	69	19	3,63
33 Up	Animação	00:01:48	108	48	2,25
34 Monsters vs. Aliens	Animação	00:02:30	150	77	1,95
35 Race to Witch Mountain	Aventura	00:02:29	149	140	1,06
36 Land of the Lost	Comédia	00:00:45	45	38	1,18
37 G.I. Joe: Rise of Cobra	Ação	00:00:30	30	30	1,00
Transformers: Revenge of the					
38 Fallen	Ação	00:00:30	30	22	1,36
39 Year One	Comédia	00:00:30	30	30	1,00
40 The Reader	Drama	00:02:29	149	87	1,71
41 The Ugly Truth	Comédia	00:02:28	148	111	1,33

42	Adventureland	Comédia	00:02:28	148	125	1,18
43	Dance Flick	Comédia	00:02:24	144	110	1,31
44	Delgo	Animação	00:02:15	135	104	1,30
45	Wendy and Lucy	Drama	00:01:33	93	40	2,33
46	What Doesn't Kill You	Drama	00:02:29	149	110	1,35
47	Che	Drama	00:02:30	150	97	1,55
48	While She Was Out	Drama	00:01:32	92	88	1,05
49	Nothing but the Truth	Drama	00:02:19	139	92	1,51
50	Knowing	Suspense	00:02:29	149	112	1,33
51	Terminator: Salvation	Ficção	00:02:06	126	78	1,62
52	Chandni Chowk to China	Comédia	00:02:51	171	112	1,53
53	Seven Pounds	Drama	00:01:29	89	66	1,35
54	Ciao	Drama	00:01:30	90	43	2,09
55	New In Town	Comédia	00:02:29	149	111	1,34
56	The International	Suspense	00:01:30	90	96	0,94
57	Let Them Chirp Awhile	Romance	00:01:45	105	52	2,02
58	H. Potter and the Half-Blood Prince	Aventura	00:01:50	110	74	1,49
59	Adoration	Drama	00:01:49	109	64	1,70
60	Hotel for Dogs	Comédia	00:02:29	149	145	1,03
61	Duplicity	Suspense	00:02:27	147	119	1,24
62	Inkheart	Aventura	00:02:08	128	119	1,08
63	A Good Day To Be Black and Sexy	Drama	00:01:06	66	176	0,38
64	Yonkers Joe	Drama	00:02:14	134	114	1,18
65	Ice Age: Dawn of the Dinosaurs	Animação	00:02:27	147	48	3,06
66	The Tale of Despereaux	Animação	00:02:29	149	121	1,23
67	The Wrestler	Drama	00:02:29	149	106	1,41
68	2012	Drama	00:01:13	73	20	3,65
69	Revolutionary Road	Drama	00:02:11	131	78	1,68
70	O'Horten	Drama	00:02:12	132	73	1,81
71	Yes Man	Comédia	00:02:29	149	104	1,43
72	Cadillac Records	Drama	00:02:12	132	132	1,00
73	Timecrimes	Ficção	00:01:38	98	89	1,10
74	The Lodger	Drama	00:01:17	77	72	1,07
75	Transporter 3	Ação	00:02:04	124	177	0,70
76	How About You	Drama	00:02:17	137	102	1,34
77	The Alphabet Killer	Suspense	00:01:45	105	106	0,99
78	Robert Blecker Wants Me Dead	Documentário	00:02:06	126	62	2,03
79	Heaven On Earth	Drama	00:01:39	99	65	1,52
80	Nobel Son	Drama	00:02:09	129	154	0,84

Quadro 2 – Trailers em divulgação – Janeiro de 2009

Fonte: APPLE (www.apple.com/trailers)

CONCLUSÃO

Depois de todo o caminho que percorremos na parte 3 podemos voltar ao nosso objeto de estudo lembrando que o objetivo principal do trailer não é o de contar uma história, mas sim de convencer um potencial espectador a querer ver o filme que o trailer representa e, para tanto, usar todos os recursos disponíveis, sejam eles narrativos ou não.

Para isso o trailer vai reconstruir a narrativa original do filme guiado não pela fidelidade à mesma, mas pela lógica da ordenação dos elementos que visa otimizar os potenciais pontos de interesse para o espectador, agrupados em três grandes segmentos: a história, o gênero e as estrelas, sejam elas atores, diretores, personagens ou produtores.

A retórica no trailer estará presente portanto, na utilização de elementos já conhecidos pelo espectador de forma a criar identidade com o que ele gosta ("*enthymeme*" de Aristóteles) ou deseja.

O trailer também organizará sua edição a partir do *dispositio* governado pela lógica das atrações, uma lógica diferente da que seria utilizada se o objetivo fosse ser apenas fiel à narrativa original do filme.

É importante entender essa diferença, já que na edição do filme cada parte ou tomada vai estar lá para construir uma unidade maior, ou seja, a relação das partes com o todo está articulada por uma cadeia de inter-relações que não pode ser quebrada facilmente.

Já na lógica das atrações essas inter-relações não são tão sólidas. Há uma situação mais simples definida apenas pela situação de presença ou ausência. No mundo das atrações as partes estão lá com uma força, vamos dizer assim mais individual que coletiva. A lógica das atrações se baseia na opção de mostrar ou não mostrar, independentemente da necessidade de interligação entre essas partes.

Essa relação entre parte e todo é uma das grandes diferenças entre o trailer e o filme que ele representa e confirma a tese de que, se o trailer fosse

apenas a versão reduzida do filme as partes estariam organizadas de forma a manter suas relações de conjunto, o que no trailer não ocorre de forma tão clara.

Uma tomada num trailer não está lá pra ser um pedacinho da história que vai levar a outro pedacinho e outro, numa sequencia, mesmo que mínima, para poder contar essa história; mas sim pela sua potencial capacidade individual de atrair a atenção do espectador.

Pensar apenas no lado eminentemente narrativo não nos dá a dimensão completa da organização interna do trailer, que, como acreditamos, não apela apenas para a interpretação e a construção de um sentido, de uma idéia do que seja o filme na mente do espectador.

O trailer vai buscar também o impacto visual, as tomadas de maior contraste dos elementos básicos descritos por Block ou, pelo menos, pela alternância mais brusca possível entre contraste e afinidade desses elementos.

O som de volume mais alto, os letreiros com grande destaque, as composições e planos incomuns, as cores e os extremos de claro e escuro, fornecem ao nosso cérebro um fluxo de estimulação mais intenso até do que nos filmes de ação ou nos filmes de qualquer gênero.

Neles (nos filmes) o impacto visual será temperado pela narrativa, oscilará ao seu redor, variando de modo a permitir ao espectador envolver-se, imergindo no mundo diegético da história.

O trailer também se utilizará de toda a manipulação de intensidade visual que for possível.

Os conceitos de “cinema de atrações” de Tom Gunning e os de “produção de presença” e “produção de sentido” de Gumbrecht, unidos à ferramenta da estrutura visual de Block nos permitem compreender melhor os recursos não eminentemente narrativos que os filmes e os trailers também podem usar no seu direcionamento ao espectador.

No caso dos trailers a amostra estudada nos apresentou evidências de que nitidamente a edição foi acelerada no intuito de buscar o impacto visual (sem esquecer o sonoro também) através de um ritmo mais rápido (que é um dos

elementos básicos das estrutura visual citado por Block); chegando em alguns casos a sequencias frenéticas montadas com tomadas abaixo de 1 segundo, num verdadeiro caleidoscópio que o cérebro terá dificuldade até de identificar.

Na amostra, a busca pela maior intensidade visual também foi mais acentuada nos gêneros que, em tese, devem impactar mais fortemente os espectadores não só pela narrativa, mas também pelas reações diretas do corpo, como os filmes de terror.

É importante observar que não estamos afirmando aqui que um trailer de filme de terror necessariamente poderá conseguir, em seus dois minutos e meio, despertar a sensação de medo, que é possível ser vivenciada fisicamente ao assistir o filme inteiro.

Contudo, justamente através do mecanismo retórico já explicado, o espectador, que gosta do gênero terror, vendo o trailer com grande impacto visual, será levado a imaginar que o filme que o trailer representa despertará nele o estado físico e mental, que ele conhece e gosta como fã do gênero.

De novo a intensidade da história e a intensidade visual vão se fundir e servir de escada, uma à outra, para construir a identificação desejada tanto pela indústria, quando pela audiência.

No trailer o pólo das atrações de Gunning e Gaudreaut é o pólo dominante; a produção de presença se intensifica e atinge o corpo da audiência com imagens, às vezes de frações de segundo, impossíveis até de serem identificadas ou interpretadas, podendo apenas ser percebidas na forma mais básica de apreensão pelo cérebro, a de simples estímulos visuais e sonoros, lançados na tela a pedir a nossa atenção.

Se os apelos serão ouvidos, se o dispositio estará correto, se o trailer funcionará, são questões que não podemos determinar.

O fato é que os trailers são produzidos baseados não só a partir do imaginário dos espectadores, mas principalmente sobre o imaginário que a indústria cinematográfica atribui aos mesmos; o que, mesmo com todo o ferramental de

pesquisa e experimentação que pode ser acionado nos dias de hoje, ainda é um terreno incerto e subjetivo.

Há os que gostam dos trailers, há os que os odeiam por enganar ou induzir ao erro na escolha de qual filme iremos assistir. De qualquer forma, para muitas pessoas assistir a um trailer ainda é como estar em Paris, no final do século XIX, vendo um trem vir em sua direção.

O trailer quer nos atropelar.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 14724**: informação e documentação: trabalhos acadêmicos: apresentação. Rio de Janeiro, 2005.

AUMONT, Jacques. et al. **A estética do filme**. Tradução de Marianna Appenzeller. Campinas: Papirus, 2005.

_____. Dicionário teórico e crítico de cinema. 3.ed. São Paulo: Papirus, 2007. Tradução de Eloísa Araújo Ribeiro.

BERRY FLINT, Sarah. In: MILLER, Toby; STAN, Robert. **Film theory**. Malden: Blackwell Publishing, 1999.

BLOCK, Bruce. **The visual story**: seeing the structure of film, TV and new media. Burlington: Focal Press, 2001.

BORDWELL, David. **Narration in the fiction film**. Madison: University of Wisconsin Press, 1985.

_____. O cinema clássico hollywoodino: normas e princípios narrativos. In: RAMOS, Fernão Pessoa (Org.). **Teoria contemporânea do cinema**. v.2. São Paulo: Senac, 2005.

_____. **The way Hollywood tells it**. Berkeley: UCLA Press, 2006.

BUCKLAND, Warren. A Rational Reconstruction of The Cinema of Attractions. In: STRAUVEN, Wanda (Org.). **The Cinema of Attractions Reloaded**. Amsterdã: University Press Amsterdã, 2006.

BUSCOMBE, Edward. A idéia de gênero do cinema americano. In: RAMOS, Fernão Pessoa (Org.). **Teoria contemporânea do cinema**. v.2. São Paulo: Senac, 2005.

COELHO, Cláudio Novaes Pinto; CASTRO, Valdir José de. (Orgs.) **Comunicação e sociedade do espetáculo**. São Paulo: Paulus, 2006.

COOK, Pam; BERNINK, Mieke. **The cinema book**. 2.ed. Londres: BFI Publishing, 1999.

COSTA, Cristina. **Ficção, comunicação e mídias**. São Paulo: Senac, 2002.

COSTA, Flávia Cesarino. **O primeiro cinema: espetáculo, narração e domesticação**. São Paulo: Scritta, 1995.

EISENSTEIN, Sergei M. **Montage of Attractions: the film sense**. New York: Harcourt, 1949.

_____. **O sentido do filme**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

GAUDREULT, A. **Du littéraire au filmique: système du récit**. Paris: Méridiens Klincksieck, 1989.

GOMES, Renata Correia L. F. O design da narrativa como simulação imersiva. In: LEMOS, André; et.al. (Orgs.) **Livro da XIV Compôs: narrativa midiáticas contemporâneas**. Porto Alegre, Sulina, 2006.

GUMBRECHT, Hans U. **The Production of Presence: what meaning. Cannot Convey**. Stanford, CA, 2004.

_____. O tempo não hermenêutico na materialidade da comunicação. In: ROCHA, João de Castro (Org.). **Corpo e forma**. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 1998.

GUNNING, Tom. The Cinema of Attractions: early film, its spectator and the avant-garde. In: STRAUVEN, Wanda (Org.). **The Cinema of Attractions Reloaded**. Amsterdã: University Press Amsterdã, 2006.

_____. Attractions:How They Came into the World” . In: STRAUVEN, Wanda (Org.). **The Cinema of Attractions Reloaded**. Amsterdã: University Press Amsterdã, 2006.

HEDIGER, V. **The Narrative Turn in Film Advertising: on the physiognomy of contemporary trailers**. Apresentado em: You Can Have It:Kinorituale,.Vienna, 2003.

KERNAN, L. **Coming Attractions – reading american movie trailers**. Austin,Texas:University of Texas Press, 2004.

LOPES, Luís Carlos. O culto às mídias: interpretação, moldura e contratos. São Carlos: Ed. UFSCAR, 2004.

MACIEL, Luiz carlos. O poder do clímax: fundamentos do roteiro de cinema e TV. Rio de Janeiro: Record, 2003.

MACHADO, A. **Pré-cinemas & Pós-cinemas**. 3.ed.Campinas: Papyrus, 2005

MARINETTI, Filippo T. **The Variety Theater: futurist manifestos**. New York: Ed. Umbro Apollonio, 1973.

MASCARELLO, F. Cinema hollywoodiano contemporâneo. In: MASCARELLO, F. (Org.). **História do Cinema Mundial**. Campinas: Papyrus, 2006.

MASCARELLO, F. (Org.). **História do Cinema Mundial**. Campinas: Papyrus, 2006.

MATTOS, A. C. Gomes. **Do cinetoscópio ao cinema digital: breve história do cinema americano**. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

MULVEY, Laura. **Visual pleasure and narrative cinema** . Screen, 1975.

ROSÁRIO, Nísia Martins do. Formatos e gêneros em corpos eletrônicos. In: DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria L. Dias de (Orgs). **Comunicação audiovisual: gênero e formatos**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

RYU, Jaet H. **The Cinema of Special Effects Attractions and Its Representation of Reality: the comparison between the early tricks and digital effects**. Georgia State University Georgia, 2004.

SANTOS, Cláudia Melissa Neves. **Trailer : Cinema e publicidade no mesmo rolo**. Um estudo sobre o trailer e o movie marketing, ilustrado pela campanha de lançamento do filme Cidade de Deus. Dissertação de mestrado do Instituto de Artes e Comunicação Social . UFF, 2004.

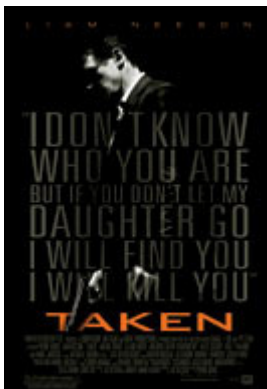
STRAUVEN, Wanda (Org.). **The Cinema of Attractions Reloaded**. Amsterdã: University Press Amsterdã, 2006.

VANOYE, frances: GOLIOT-LÉTÉ, Anne. **Ensaio sobre a análise fílmica**. Tradução de Mariana Appenzeller. 4.ed. Campinas: Papyrus, 1994.

APÊNDICE

APÊNDICE A - Lista dos trailers utilizados na pesquisa

TAKEN



Diretor: Pierre Morel

Elenco: Liam Neeson, Maggie Grace, Leland Orser, Jon Gries, David Warshofsky

Taken tem Liam Neeson como Bruce Mills um ex funcionário do governo que tem somente cinco dias para achar sua filha que foi seqüestrada. A menina foi levada no seu primeiro dia de férias em Paris.

TWO LOVERS



Diretor: James Gray

Elenco: Joaquin Phoenix, Gwyneth Paltrow, Vinessa Shaw, Moni Moshonov, Isabella Rossellini

Two Lovers é o clássico drama romântico no qual Joaquin Phoenix nos dá uma atuação bruta e vulnerável como Leonard um jovem carismático, mas problemático que volta a sua

casa de infância depois de um rompimento amoroso. Enquanto se recupera diante dos olhos atenciosos de seus pais, Leonard conhece duas mulheres, uma após a outra. Michelle, sua vizinha exótica e diferente das pessoas do mundo do Leonard. E Sandra, a amável filha de um homem de negócios que está comprando a lavanderia de sua família. Leonard então deve fazer uma escolha entre a impetuosidade do desejo e o conforto do amor.

PUSH



Diretor: Paul McGuigan

Elenco: Djimon Hounsou, Dakota Fanning, Camilla Belle, Chris Evans

O thriller de ficção científica cheio de ação Push envolve um grupo de jovens americanos com poderes de vidência e telecinese se escondendo de uma agência clandestina do governo americano. Eles têm que usar seus talentos especiais e ficarem juntos poderem escapar da agência para sempre.

STATE OF PLAY



Diretor: Kevin Macdonald

Elenco: Russell Crowe, Ben Affleck, Rachel McAdams, Helen Mirren

Baseado na minissérie homônima da BBC, um grupo de repórteres investigativos trabalha junto com um detetive para tentar resolver o assassinato da amante de um senador.

FAST & FURIOUS



Diretor: Justin Lin

Elenco: Vin Diesel, Paul Walker, Michelle Rodriguez, Jordana Brewster

Vin Diesel e Paul Walker se juntam novamente para o mais recente capítulo da franquia construída com velocidade: Velozes e Furiosos. De volta as ruas onde tudo começou os dois se reencontram com Michelle Rodriguez e Jordana Brewster para exibir carros tunados e exóticos pelas ruas de Los Angeles e pelo deserto mexicano no novo thriller. Dois homens acham o melhor jeito de se ter vingança: ir além dos limites do que é possível atrás de um volante.

STREET FIGHTER: A LENDA DE CHUN LI



Diretor: Andrzej Bartkowiak

Elenco: Kristin Kreuk, Neal McDonough, Chris Klein, Michael Clarke Duncan, Moon Bloodgood

Baseado no legendário videogame da Capcom, Street Fighter: A lenda de Chun Li traz uma nova dimensão para o mundo e personagens amados por milhões. Arrasada pelo seqüestro de seu pai, Chun Li vai até as ruas de Hong Kong, embarcando em uma jornada épica por justiça – e vai de encontro com uma força que parece ser invencível.

ALL ABOUT STEVE



Diretor: Phil Traill

Elenco: Sandra Bullock, Thomas Haden Church, Bradley Cooper

Sandra Bullock interpreta a excêntrica redatora de palavras cruzadas Mary Horowitz que depois de um curto, mas doce encontro às escuras se apaixona pelo charmoso cinegrafista Steve. Convencida de que são almas gêmeas, Mary começa a seguir Steve pelo país

seguindo os conselhos egoístas do repórter Hartman Hughes. Ao longo do caminho Mary se torna amiga de um grupo que a força a repensar sua jornada.

X-MEN: ORIGINS



Director:Gavin Hood

Cast:Hugh Jackman, Liev Schreiber, will.i.am, Danny Huston, Lynn Collins

Hugh Jackman volta ao papel que o fez uma estrela – a poderosa máquina de lutar que tem incríveis poderes de cura, garras retráteis e uma fúria primitiva. Tomando lugar antes dos eventos de X-Men, X-Men Origins conta a história de seu passado romântico e violento, sua relação com Victor Creed e o programa Weapon X. Ao longo do caminho, Wolverine encontra vários mutantes, tanto já conhecidos como novos. Incluindo aparições surpresa de várias lendas do universo de X-Men.

SEXTA FEIRA 13



Diretor: Marcus Nispel

Elenco: Amanda Righetti, Jared Padalecki, Jonathan Sadowski, Aaron Woo, Travis Van Winkle

Retornando à história onde tudo começou, Sexta Feira 13 reconta a história original, voltando ao acampamento de verão onde um misterioso assassino massacra sistematicamente todos os monitores do acampamento juvenil.

MEDICINE FOR MELANCHOLY



Diretor: Barry Jenkins

Elenco: Wyatt Cenac, Tracey Heggins

Uma história de amor envolvendo bicicletas e casos de uma noite só contada através de dois jovens afro-americanos que têm que lidar com problemas de classe, identidade e todos os percalços de ser uma minoria em São Francisco – a cidade com a menor proporção de população negra entre as grandes metrópoles dos Estados Unidos.

HE'S JUST NOT THAT INTO YOU



Diretor: Ken Kwapis

Elenco: Ginnifer Goodwin, Jennifer Aniston, Jennifer Connelly, Scarlett Johansson, Drew Barrymore

He's Just Not That Into You conta as histórias de mulheres entre seus 20 e poucos e 30 e poucos anos enquanto navegam por seus relacionamentos que vão desde um vazio encontro até as águas profundas do casamento, tentando entender o sexo oposto e tentando ser a exceção no mundo das regras sem exceções.

CORALINE



Diretor: Henry Selick

Elenco: Dakota Fanning, Teri Hatcher, John Hodgman, Ian McShane, Keith David

Do diretor Henry Selick, o visionário de "O estranho mundo de Jack" e baseado no Best seller do autor Neil Gaiman vem uma animação em "stop motion", a primeira filmada em 3D. Coraline Jones está entediada até achar uma porta para um outro mundo onde encontra

uma outra versão para sua própria vida. Em primeiro plano, essa realidade alternativa é bastante parecida com sua vida e com as pessoas que estão nela – mas muito melhor. Mas isso muda quando seus pais deste outro mundo tentam aprisioná-la para sempre. Coraline vai ter então que confiar em sua bravura e determinação para conseguir sair desse mundo e salvar sua família.

TOKYO SONATA



Diretor: Kiyoshi Kurosawa

Elenco: Teruyuki Kagawa, Kyoko Koizumi, Yu Koyanagi, Kai Inowaki, Haruka Igawa

Tokyo Sonata, que se passa na Tokyo contemporânea, é a história da clássica família japonesa. O patriarca é um homem de negócios dedicado ao seu trabalho, sua esposa cuida da casa e tenta retomar a ligação com seu filho mais velho que está na faculdade, e com o mais novo, um sensível garoto ainda no primário. A jornada começa quando o pai surpreendentemente perde seu trabalho, e esconde isso da família, fingindo ir ao escritório todos os dias, quando na verdade começa uma vida solitária entre bibliotecas e parques. Nas mãos do diretor Kiyoshi Kurosawa, conhecido por seus filmes de suspense, essa história mostra o lado negro da natureza humana e os problemas sociais do Japão de hoje em dia.

OPERAÇÃO VALQUÍRIA



Diretor: Bryan Singer

Elenco: Tom Cruise, Kenneth Branagh, Bill Nighy, Tom Wilkinson, Carice Van Houten

Em um país nas garras do mal, em um Estado policiado em que cada ação é vigiada, em um mundo em que a justiça e a honra foram corrompidas, um grupo de homens nas mais altas alçadas do poder resolvem agir. Tom Cruise estrela esse suspense: Operação Valquíria, baseado na história verdadeira do coronel Claus von Stauffenberg, uma audaciosa e engenhosa trama para eliminar um dos mais maldosos tiranos que o mundo já viu. O diretor Bryan Singer de Superman Returns traz a vida a história do homem que liderou a operação para assassinar Hitler.

FIRED UP



Diretor: Will Gluck

Elenco: Nicholas D'Agosto, Eric Christian Olsen, Sarah Roemer, Molly Sims, Danneel Harris

Shawn Colfax e Nick Brady, as estrelas do futebol Americano da escola Gerald Ford temem a idéia de mais um verão no acampamento de futebol. Quando Nick arma um esquema para que os dois se juntem ao acampamento das lideres de torcida, eles ficam cercados de mulheres maravilhosas. Tudo está ótimo até que um deles se apaixona por Carly, a linda líder de torcida que consegue lhe entender.

THE PROPOSAL



Diretor: Anne Fletcher

Elenco: Sandra Bullock, Ryan Reynolds, Mary Steenburgen, Craig T. Nelson

Um chefe exigente força sua jovem assistente a se casar com ele para que ela possa manter seu visto e não ser deportada para o Canadá.

I LOVE YOU, MAN



Diretor: John Hamburg

Elenco: Paul Rudd, Jason Segel, Rashida Jones, Jaime Pressly, Andy Samberg

Peter Klaven é um homem que está prestes a se casar com a mulher dos seus sonhos, quando ele descobre que não tem nenhum amigo homem íntimo o suficiente para ser seu padrinho de casamento. Peter vai tentar consertar essa situação, saindo com vários homens, até encontrar Sydney Fife, um cara charmoso e com personalidade com quem ele se dá bem instantaneamente. Mas conforme sua amizade com Sydney se desenvolve, seu relacionamento com sua noiva vai piorando, até o momento que ele tem que escolher entre um dos dois.

THE LAST HOUSE ON THE LEFT

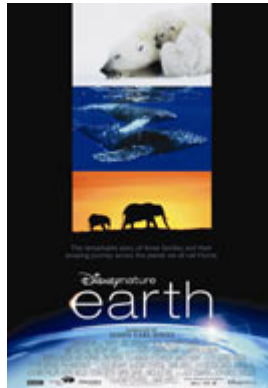


Diretor: Dennis Iliadis

Elenco: Sara Paxton, Monica Potter, Garret Dillahunt, Tony Goldwyn

Depois de sequestrar e agredir duas jovens uma gang liderada por um fugitivo da prisão acha um refúgio em uma casa de férias dos pais de uma das vitimas – uma mãe e um pai que vão planejar uma série de atos vingativos.

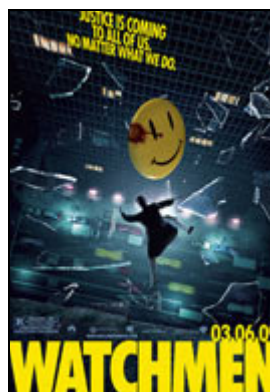
EARTH



Diretores: Alastair Fothergill, Mark Linfield

Baseada na Série de TV “Planet Earth”, acompanhando a migração de quatro famílias de animais.

WATCHMEN

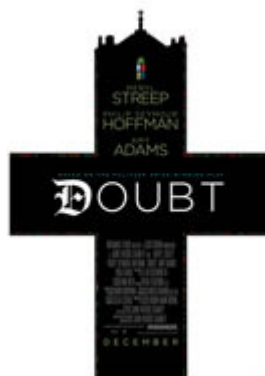


Diretor: Zack Snyder

Elenco: Malin Akerman, Billy Crudup, Matthew Goode, Carla Gugino, Jackie Earle Haley

Uma complexa aventura misteriosa, o filme se passa na realidade alternativa dos Estados Unidos de 1985 em que super heróis e suas fantasias do dia-a-dia da sociedade.

DOUBT



Diretor: John Patrick Shanley

Elenco: Meryl Streep, Philip Seymour Hoffman, Amy Adams

Em 1964, em uma escola católica do Bronx, o carismático padre Father Flynn está tentando mudar os costumes muito rígidos da igreja, que são guardados pela Irmã Aloysius Beauvier, que acredita no poder do medo e da disciplina. As mudanças políticas estão chegando à escola, que aceitou seu primeiro aluno negro, Donald Miller. Mas quando a irmã James, uma jovem e inocente freira conta à irmã Beauvier que ela suspeita que o Padre Flynn está dando muita atenção para Donald, a irmã está convencida que deve começar uma cruzada pela verdade e expulsar o Padre Flynn da escola.

OBSESSED



Diretor: Steve Shill

Elenco: Idris Elba, Beyoncé Knowles, Ali Larter, Bruce McGill, Jerry O'Connell, Christine Lahti

Derek é gerente bem sucedido que acabou de receber uma promoção em seu trabalho. Derek é feliz em sua vida profissional e no seu casamento com a bela Sharon. Mas quando Lisa, uma empregada temporária da sua empresa começa a persegui-lo, tudo que ele lutou para conseguir está em perigo.

A PANTERA COR DE ROSA 2



Diretor: Harald Zwart

Elenco: Steve Martin, Jean Reno, Alfred Molina, Emily Mortimer, Aishwarya Rai Bachchan

Steve Martin retorna ao papel do intrépido detetive francês, Inspetor Jacques Clouseau. Quando tesouros lendários são roubados – incluindo o diamante rosa – o chefe inspetor

Dreyfouss é forçado a colocar Closeau no time de detetives internacionais especializados em recuperar objetos roubados.

ASTROBOY



Diretor: David Bowers

Elenco: Freddie Highmore, Nicolas Cage, Bill Nighy, Kristen Bell, Donald Sutherland

Na futurística Metro City, Astro boy é sobre um jovem robô com poderes fantásticos, criado por um cientista brilhante à semelhança de seu filho que ele perdeu. Sem conseguir substituir o filho do seu criador, nosso herói sai em sua jornada em busca de aceitação, experimentando a traição e confrontando os robôs gladiadores, antes de voltar para casa para salvar Metro City e se reconciliar com o pai que antes o rejeitou.

GOOD



Diretor: Vicente Amorim

Elenco: Viggo Mortensen, Jason Isaacs, Jodie Whittaker

Viggo Mortensen interpreta John Halder um homem bom com problemas familiares. Um professor de literatura alemã nos anos 30, Halder explora o lado pessoal advogando eutanásia. Quando o livro é listado pelo governo para fazer propaganda, a carreira de Halder começa a subir junto com o nacionalismo e a prosperidade. Mas com suas decisões inconseqüentes começam a colocar as pessoas de sua vida em maus lençóis.

9



Diretor: Shane Acker

Elenco: Elijah Wood, John C. Reilly, Jennifer Connelly, Crispin Glover, Martin Landau, Christopher Plummer

9 acontece em uma realidade paralela a nossa, na qual cada legado da humanidade está ameaçado. Um grupo de bonecos inteligentes, vivendo num mundo pós apocalíptico acham em um deles, o 9 (Elijah Wood) o espírito de liderança que pode ajuda-los a sobreviver.

Blessed Is the Match



Diretor: Roberta Grossman

Elenco: Meri Roth, Marcela Noh_uková, Alona Tal, Joan Allen

O primeiro documentário sobre Hannah Senesh a poetisa da II guerra mundial que se tornou um soldado da resistência e uma Joana d'arc moderna. A salvo na palestina em 1944, Ela saiu em uma missão para salvar os judeus na Hungria, que era a única missão de resgate dos judeus durante o holocausto. Hannah foi capturada, torturada e finalmente executada pelos nazistas. O documentário é baseado no relato da mãe de Hannah que testemunhou a história.

Madea Goes to Jail



Diretor: Tyler Perry

Elenco: Tyler Perry, Derek Luke, Keshia Knight Pulliam, David Mann, Tamala Mann

Depois de uma perseguição além dos limites de velocidade, Madea é posta na frente de um juiz, e seus problemas de agressividade acabam por colocá-la na cadeia. Enquanto a família de Madea tenta apóia-la, o procurador do estado Joshua Hardaway está indo em direção ao sucesso. Mas Hardaway consegue um caso muito pessoal, defendendo a jovem prostituta e ex-viciada em drogas Candance, e pede pra sua noiva defende-la em seu lugar. Quando Candance acaba por ir para a cadeia, Madea começa uma relação maternal em relação a ela.

17 again



Diretor: Burr Steers

Elenco: Zac Efron, Leslie Mann, Thomas Lennon, Michelle Trachtenberg, Sterling Knight

O que você faria se tivesse uma segunda chance na vida? Mike O'Donnel é uma estrela do basquete na sua escola, com olheiros de faculdades nas arquibancadas e um futuro brilhante à sua frente. Mas em vez disso, ele decide jogar tudo pro alto para partilhar a vida com sua namorada Scarlett e o filho que acabou de descobrir que vai chegar. Quase 20 anos depois, os anos de glória de Mike ficaram para trás. Seu casamento com Scarlett está em crise, seus filhos adolescentes acham que ele é um perdedor, e foi recusado para uma promoção no trabalho, e agora o que lhe resta é ficar com seu amigo nerd, o Ned. Mas alguém dá uma chance a Mike quando ele miraculosamente se transforma em um jovem de 17 anos de novo. E tentando retomar seus melhores anos, Mike pode perder as melhores coisas que já aconteceram a ele.

Gomorrah



Diretor: Matteo Garrone

Elenco: Toni Servillo, Gianfelice Imparato, Maria Nazionale, Salvatore Cantalupo, Gigio Morra

Poder, dinheiro e sangue: esses são os valores que os moradores da província de Naples tem que lidar todos os dias. Eles não tem escolha, tendo que obedecer o "sistema", os Camorra. Somente alguns sortudos podem viver uma vida normal. Cinco histórias se encontram em um cenário violento baseado na realidade.

Star Trek



Diretor: J.J. Abrams

Elenco: Chris Pine, Zachary Quinto, Eric Bana, Simon Pegg, Winona Ryder

Do diretor JJ Abrams vem uma nova versão da mais famosa aventura espacial: Star Trek, com uma jovem nova tripulação se aventurando onde o homem jamais ousou. Explore o espaço com os futuros oficiais Kirk, Spock, Scotty, McCoy, entre outros.

Anjos e Demônios



Diretor: Ron Howard

Elenco: Tom Hanks, Ewan McGregor, Ayelet Zurer, Stellan Skarsgård, Pierfrancesco Favino

O time por trás do fenômeno global O Código DaVinci retorna para o antecipado Anjos e Demônios, baseado no romance de Dan Brown. Quando o professor de Harvard, Robert Langdon descobre evidências do ressurgimento da irmandade conhecida como Illuminatti – a mais poderosa organização secreta da história. – ele também encontra uma ameaça ao maior inimigo dos Illuminatti, a igreja católica. Quando Langdon percebe que a bomba Illuminatti pode detonar a qualquer momento, ele vai a Roma, e se junta a Vittória Vetra, uma

enigmática cientista italiana. Langdon e Vetra vão seguir uma trilha de mais de 400 mil anos de símbolos antigos que marcam a única esperança de sobrevivência do Vaticano.

Up



Diretor: Pete Docter

A Disney Pixar apresenta Up, uma comédia cheia de aventura com o vendedor de balões de 78 anos Carl Fredericksen, que finalmente realiza um sonho, quando amarra milhares de balões a sua casa e segue em uma jornada pela América do Sul. Mas o sonho acaba quando ele conhece seu pior pesadelo: o jovem entusiasta de 8 anos, Russel.

Monsters x Aliens



Diretores: Rob Letterman, Conrad Vernon

Elenco: Seth Rogen, Hugh Laurie, Paul Rudd, Reese Witherspoon, Rainn Wilson, Kiefer Sutherland

Quando um meteoro atinge uma jovem californiana e a transforma em um monstro gigante, ela é levada a uma célula do governo onde conhece outros monstros como ela, foram sendo capturados ao longo dos anos. Como ultima opção esse monstros foram chamados para combater os Aliens e salvar o planeta.

Race to Witch Mountain



Diretor: Andy Fickman

Elenco: Carla Gugino, Dwayne Johnson, Christine Lakin, AnnaSophia Robb, Chris Marquette

Um especialista em OVNIS vai ter que contar com a ajuda de um taxista para ajudar a salvar dois irmãos com poderes paranormais das garras de uma organização que quer usa-los para seus planos nefastos.

Land of the Lost



Diretor: Brad Silberling

Elenco: Will Ferrell, Danny McBride, Anna Friel, Jorma Taccone

Vortex de espaço-tempo é uma droga. Will Farrel estrela como o cientista de fama perdida Rick Marshall que cai em um, e volta no tempo. Volta muito no tempo. Sem armas, poucas habilidades, e inteligência duvidosa, Marshall tem que sobreviver no mundo dos dinossauros e criaturas além desse mundo. Sugados junto com ele foram a assistente Holly e o caipira Will e eles tem a ajuda de uma primata chamada Chanka para sair desse mundo.

G.I. Joe: Rise of Cobra

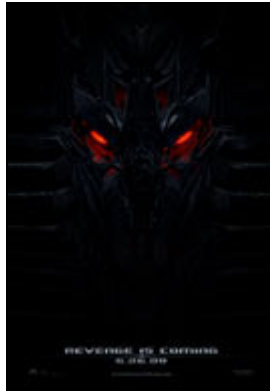


Diretor: Stephen Sommers

Elenco: Dennis Quaid, Channing Tatum, Marlon Wayans, Sienna Miller, Joseph Gordon-Levitt

Um grupo da elite militar chamado G.I. Joe, operando fora do campo de batalha, tem que combater uma organização de um conhecido traficante de armas.

Transformers: Revenge of the Fallen



Diretor: Michael Bay

Elenco: Megan Fox, Shia LaBeouf, Rainn Wilson, John Turturro, Josh Duhamel

As forças decepticon voltam a terra em uma missão para aprisionar Sam Witwicky depois de descobrir as origens dos transformers. Optimus Prime se junta a batalha para proteger os humanos e formar uma aliança com as forças armadas internacionais para uma segunda batalha épica.

Year One



Diretor: Harold Ramis

Elenco: Jack Black, Michael Cera, Olivia Wilde, June Diane Raphael, David Cross

Quando dois preguiçosos homens das cavernas são expulsos da sua comunidade primitiva, eles começam uma jornada épica pelo mundo antigo.

The Reader

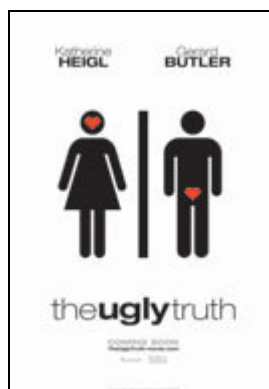


Diretor: Stephen Daldry

Elenco: Kate Winslet, Ralph Fiennes, David Kross

The Reader começa na Alemanha do pós segunda guerra, quando o adolescente Michael Berg fica doente e é ajudado por Hanna, uma estranha com o dobro da sua idade. Michael descobre que Hanna adora que leiam para ela e logo os dois começam um caso de amor secreto e apaixonado. Apesar do forte vínculo entre os dois, um dia, Hanna desaparece, deixando Michael confuso e decepcionado. Oito anos depois, já um estudante de direito, Michael tem Hanna de volta em sua vida, dessa vez como uma ré em um julgamento. Quando começa a descobrir o passado de Hanna, Michael descobre um segredo que vai afetar a vida dos dois.

The Ugly Truth



Diretor: Robert Luketic

Elenco: Katherine Heigl, Gerard Butler, Cheryl Hines, John Michael Higgins, Nick Searcy

A batalha dos sexos esquenta em *The Ugly Truth*. Abby é uma produtora de um programa matinal que ficou solteira em meio da sua eterna busca por um príncipe encantado. Ela vai ser acordada brutalmente quando seu chefe a coloca para trabalhar com Mike Chadway uma personalidade da TV que promete falar toda a verdade sobre homens e mulheres.

Adventureland



Diretor: Greg Mottola

Elenco: Jesse Eisenberg, Kristen Stewart, Ryan Reynolds, Martin Starr, Kristen Wiig

No verão de 1987 o recém formado James Brennan mal pode esperar para embarcar na sua sonhada viagem para a Europa. Mas quando seus pais o avisam que não podem mais bancar a viagem, ele não tem outra escolha a não ser conseguir um trabalho no parque de diversões da sua cidade. Para sorte de James, o que poderia ter sido seu pior verão se torna uma aventura quando ele descobre o amor por sua cativante colega de trabalho.

Dance Flick



Diretor: Damien Wayans

Elenco: Shoshana Bush, Chelsea Makela, Shawn Wayans, Marlon Wayans

Uma sátira dos filmes musicais e de dança focado em uma garota ingênua que usa a dança para alcançar seus sonhos e o cara que conhece a vida que a ajuda ao longo do caminho.

Delgo



Diretor: Marc F. Adler, Jason Maurer

Elenco: Freddie Prinze, Jr., Jennifer Love Hewitt, Anne Bancroft, Chris Kattan, Val Kilmer

No mundo de Jhamora foi dividido pelo preconceito mútuo entre dois povos, os Nohrin, mestres dos céus e os terrestre Lockni que controlam os poderes da terra. Quando Delgo, um adolescente Lockni começa uma amizade proibida com a princesa Kyla, do povo dos Nohrin, as hostilidades entre os dois povos aumenta, e deixa a situação perfeita para a imperatriz afastada vir buscar sua vingança e retomar seu poder.

Wendy and Lucy



Diretor: Kelly Reichardt

Elenco: Michelle Williams, Will Oldham, Will Patton, Larry Fessenden, Walter Dalton

Wendy Carroll está indo para o Alaska para achar um trabalho melhor e começar uma nova vida com sua cadela Lucy. Quando seu carro quebra no meio do Oregon, começam a aparecer vários problemas financeiros e Wendy enfrenta sérias decisões a serem feitas, que podem ter sérias conseqüências para ela e Lucy.

What doesn't kill you



Diretor: Brian Goodman

Elenco: Mark Ruffalo, Ethan Hawke, Amanda Peet, Will Lyman, Brian Goodman, Donnie Wahlberg

Brian e Paulie são amigos que cresceram juntos nas ruas de Boston. Eles fazem tudo o que é possível para sobreviver seguindo as regras do mundo cão. Pequenos crimes vão se tornando mais graves até que eles caem nas mãos do crime organizado. Brian, mesmo tendo amor e sua vida se torna cada vez mais perdido no mundo do crime e das drogas. Paulie planeja um último crime, mas sabe que é um trabalho para dois. Como eles podem escapar a única vida que conhecem?

Che



Diretor: Steven Soderbergh

Elenco: Benicio Del Toro, Santiago Cabrera, Victor Rasuk

26 de novembro de 1956: Liderados por Fidel Castro, um grupo de 80 rebeldes navega até Cuba. Em meio de tais jovens rebeldes está o médico argentino Ernesto “Che” Guevara. Sem pátria, sem recursos e tendo como seu único combustível, a determinação o grupo embarca em uma batalha sangrenta pela liberdade do povo cubano. Considerado um herói por alguns, Che é uma figura muito controversa. No ápice da sua fama e poder, ele desaparece. Entrando na América do Sul incógnito, ele recruta mais um grupo de guerrilheiros e eles embarcam em uma missão para espalhar a revolução pela América latina.

While She Was Out



Diretor: Susan Montford

Elenco: Kim Basinger, Luke Haas, Craig Sheffer

Kim Basinger interpreta Della, uma dona de casa suburbana que tem que lutar pela sobrevivência quando é perseguida por um grupo de adolescentes liderados por um psicopata manipulador. Armada somente com uma caixa de ferramentas e com a vontade de sobreviver, será que Della consegue sobreviver? Um thriller sobre uma mulher, uma noite aterrorizante e o instinto de sobrevivência que vive em todos nós.

Nothing but the Truth



Diretor: Rod Lurie

Elenco: Kate Beckinsale, Matt Dillon, Angela Basset, Alan Alda, Vera Farmiga, David Schwimmer

Kate Beckinsale vive uma repórter de política em Washington, que escreve uma matéria sobre um escândalo no governo, no qual ela revela o nome de um agente da CIA. Quando

um procurador do governo exige que ela divulgue sua fonte, ela vai presa em defesa da ética de sua profissão.

Knowing



Diretor: Alex Proyas

Elenco: Nicolas Cage, Rose Byrne, Chandler Canterbury, Ben Mendelsohn, Terry Camilleri

Um professor abre uma cápsula do tempo que estava enterrada na escola do seu filho. Dentro dela há previsões – algumas que já ocorreram e outras que ainda estão para acontecer - o que o leva a pensar que sua família está presente em eventos que ainda acontecerão.

Terminator: Salvation



Diretor: McG

Elenco: Christian Bale, Anton Yelchin, Sam Worthington, Bryce Dallas Howard

No mundo pós-apocalíptico de 2018 John Connor é o homem destinado a liderar o exército da resistência contra a Skynet e seu exército de terminators. Mas o futuro em que Connor cresceu é alterado pelo aparecimento de Marcus Wright, um estranho que tem como última lembrança a de estar no corredor da morte. Connor tem que decidir se Marcus foi mandado do futuro ou resgatado do passado. Quando a Skynet prepara a sua batalha final, Connor e Marcus embarcam em uma odisséia que os leva ao coração das operações da Skynet, onde eles finalmente descobrem o segredo que pode levar ao extermínio da humanidade.

Chandni Chowk to China



Diretor: Nikhil Advani

Elenco: Akshay Kumar, Deepika Padukone, Mithun Chakraborty, Ranvir Shorey

Uma comédia sobre um cozinheiro simples que é confundido com a reencarnação do guerreiro Liu Shengh pelos moradores de um vilarejo oprimido na China.

Sete Vidas



Diretor: Gabriele Muccino

Elenco: Will Smith

Will Smith se reúne com os diretores e produtores do “A busca pela Felicidade” para o emocionante drama Sete Vidas. No filme Will interpreta um agente da receita federal que embarca na extraordinária jornada da redenção, mudando a vida de sete pessoas.

Ciao



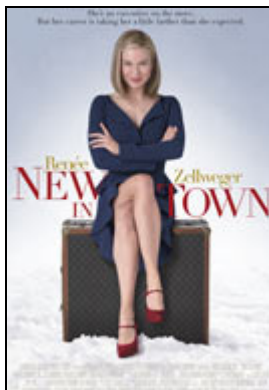
Diretor: Yen Tan

Elenco: Adam Neal Smith, Alessandro Calza, Charles W. Blau, Ethel Lung, John S. Boles

Um homem morre inesperadamente e deixa pra trás duas pessoas: seu melhor amigo Jeff, e Andrea, uma italiana com quem ele vinha se correspondendo online. Jeff informa Andrea da morte de Mark e os dois continuam a se corresponder, e eventualmente se encontram pessoalmente. O que começa como uma tragédia que ligou dois estranhos de dois lados

opostos do mundo se transforma em uma amizade que pode mudar as vidas dos dois para sempre.

New In Town



Diretor: Jonas Elmer

Elenco: Renée Zellweger, Harry Connick, Jr., J.K. Simmons, Frances Conroy, Siobhan Fallon Hogan

Lucy Hill é uma executive que vive em Miami. Ela ama seus sapatos, seus carros e adora subir de carreira. Quando lhe oferecem um trabalho temporário no meio do nada, ela aceita na hora, sabendo que facilmente conseguiria uma promoção. O que começa como um trabalho logo se torna uma experiência que muda a sua vida quando Lucy começa a ver maior significado na sua vida e sem esperar, conhece o homem da sua vida.

The International



Diretor: Tom Tykwer

Elenco: Clive Owen, Naomi Watts, Luca Calvani Remy Auberjonois

Em “The International” o agente da Interpol Louis Salinger e Eleanor Whitman, uma promotora assistente em Manhattan estão determinados a trazer justiça ao mais poderoso dos bancos. A investigação dos dois os leva de Berlin a Milão, de Nova York a Istambul.

A sua vontade de resolver o caso os coloca em perigo, já que o banco não vai parar a nenhum custo — nem assassinato — para continuar financiando terror e a guerra.

Let Them Chirp Awhile



Diretor: Jonathan Blitstein

Elenco: Justin Rice, Brendan Sexton III, Laura Breckenridge, Pepper Binkley, Zach Galligan

Conta as histórias de 3 artistas de 20 e poucos anos. Bobby é um escritor que tenta se aproximar de uma mulher se oferecendo para cuidar de seu cachorro. Scott é um músico deprimido com uma namorada doce e inocente enquanto Hart, o inimigo de Bobby, é um

escritor de sucesso que fez uma peça sobre o 11 de setembro que recebeu vários prêmios e está em cartaz em um dos teatros off-broadway. O que começa como uma comédia sobre relacionamento e bloqueios criativos logo se torna um conto sobre competição e auto confiança.

Harry Potter e o Príncipe Mestiço



Diretor: David Yates

Elenco: Daniel Radcliffe, Rupert Grint, Emma Watson, Jim Broadbent, Michael Gambon

No seu sexto ano na Escola de Magia de Hogwarts, Harry descobre um livro com os dizeres: “Esse livro é propriedade do príncipe mestiço” e começa a aprender mais do passado sombrio de Voldemort.

Adoration



Diretor: Atom Egoyan

Elenco: Devon Bostick, Arsinee Khanjian, Scott Speedman, Rachel Blanchard, Noam Jenkins

Adoration fala sobre as nossas relações uns com os outros, com a história de nossa família, com a tecnologia e com o mundo moderno. Sabine, uma professora de francês, passa um exercício de tradução com uma notícia verídica de um terrorista que tinha colocado uma bomba na bagagem da sua namorada que estava grávida. Esse exercício tem um grande impacto em Simon, que mora com o seu tio. Ao longo da tradução, Simon começa a reimaginar a história, com a sua família como personagem e o terrorista substituído por seu pai. Anos atrás, o pai de Simon bateu o carro da família, matando a si mesmo e a esposa, fazendo de Simon um órfão. Simon lê a sua versão da história e a coloca na internet.

Hotel for Dogs

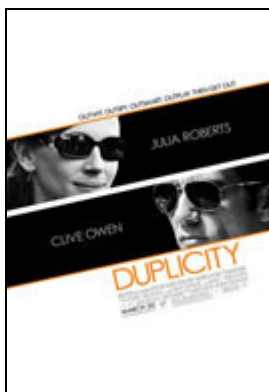


Diretor: Thor Freudenthal

Elenco: Emma Roberts, Jake T. Austin, Don Cheadle, Johnny Simmons, Lisa Kudrow

Duas crianças levam 9 cachorros de rua, secretamente, para uma casa desocupada.

Duplicity



Elenco: Tony Gilroy

Elenco: Clive Owen, Julia Roberts, Paul Giamatti, Tom Wilkinson, Carrie Preston

Uma dupla de espões que tiveram um caso no passado se reúnem para planejar um golpe em seus respectivos chefes.

Coração de Tinta

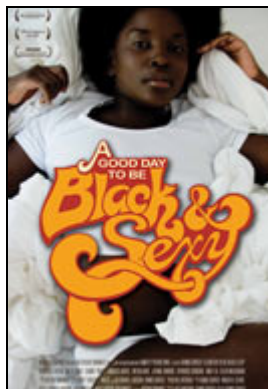


Diretor: Iain Softley

Elenco: Brendan Fraser, Paul Bettany, Helen Mirren, Jim Broadbent, Andy Serkis

Brendan Fraser interpreta um pai que tem o poder de trazer personagens de livros a vida real quando ele os lê alto. Mas quando ele sem querer lê um vilão de um desconhecido conto de fadas, o vilão rapta a filha dele e o obriga a trazer outros personagens malvados. Na tentativa de recuperar sua filha, ele se junta a um grupo de amigos — reais e mágicos — e embarca numa jornada para salvar sua filha e acertar as coisas.

A Good Day To Be Black and Sexy



Diretor: Dennis Dortch

Elenco: Kathryn Taylor, Brandon Valley Jones, Chonte Harris, Marcuis Harris

O diretor Dennis Dortch explora a sexualidade e os relacionamentos na comunidade negra nessa coleção de 6 histórias que se passam em Los Angeles com o propósito de quebrar os estereótipos da sexualidade negra.

Yonkers Joe



Diretor: Robert Celestino

Elenco: Chazz Palminteri, Tom Guiry, Christine Lahti, Michael Lerner

Uma ode aos jogadores de antigamente, que agora estão fora de moda na era dos cassinos modernos. Yonkers Joe conta a história de um jogador de dados que quer fazer mais uma pequena fortuna em Las Vegas, mas esses planos tem que mudar quando ele reencontra seu filho.

Ice Age: Dawn of the Dinosaurs



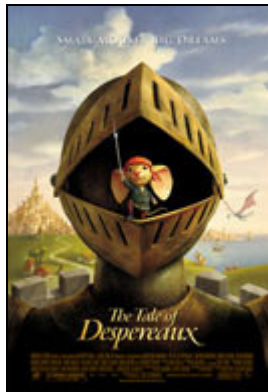
Diretor: Carlos Saldanha

Elenco: Seann William Scott, John Leguizamo, Josh Peck, Queen Latifah, Denis Leary, Ray Romano

Depois dos eventos de Era do Gelo 2, Scrat ainda tenta achar uma perceira e se apaixona por uma dente de sabre fêmea. Manny e Ellie estão esperando seu primeiro filhote. Diego se cansa de ser tratado como um gatinho e começa a achar que ele ficou muito preguiçoso.

Sid começa a querer uma família e então rouba um ovo de dinossauro, o que leva a um mundo alternativo de onde ele vai precisar ser resgatado.

The Tale of Despereaux



Directors: Sam Fell, Robert Stevenhagen

Cast: Matthew Broderick, Dustin Hoffman, Emma Watson, Tracey Ullman, Kevin Kline

A história de 3 heróis improváveis: um ratinho que prefere ler livros do que come-los, outro que planeja sair da escuridão de sua caverna e uma garota que desastrada. E seus destinos se encontram no castelo de uma princesa.

The Wrestler



Diretor: Darren Aronofsky

Elenco: Mickey Rourke, Marisa Tomei, Evan Rachel Wood

Nos anos 80 Randy “The Ram” Robinson era um grande lutador profissional. Agora, 20 anos depois, ele luta para pequenos públicos em ginásios de escolas e centros comunitários em Nova Jersey. Distanciado de sua filha, a vida de Randy é o seu público, mas um ataque cardíaco o força a se aposentar. Quando sua identidade fica confusa, ele tenta se reaproximar de sua filha e começa um romance com uma dançarina. Mas nada se compara a estar no ringue, então Randy é forçado a voltar ao mundo das lutas.

2012



Diretor: Roland Emmerich

Elenco: John Cusack, Chiwetel Ejiofor, Amanda Peet, Oliver Platt, Thandie Newton

Nunca antes na história, uma data foi tão importante para tantas culturas, religiões, cientistas e governos. 2012 é uma aventura épica sobre um cataclisma global que leva a destruição do planeta e conta a luta heróica dos sobreviventes.

Foi apenas um sonho



Diretor: Sam Mendes

Elenco: Leonardo DiCaprio, Kate Winslet, Kathy Bates, David Harbour, Kathryn Hahn

Frank e April sempre se acharam diferentes, e que viveriam suas vidas baseados em ideais melhores. Então, quando se mudam para Revolutionary road, acham que estão livres dos ideais suburbanos e determinados a nunca ficarem presos no confinamento social de seu tempo. Mas os Wheelers acabam se tornando aquilo que eles não esperavam: um bom homem com um bom trabalho que nunca faz nada diferente e uma dona de casa faminta por paixão. Ma família americana com os seus sonhos perdidos, como qualquer outra. April então planeja um recomeço, mas quando o coloca em ação, cada um é pressionado aos extremos: escapar ou salvar tudo que tem até agora.

O'Horten

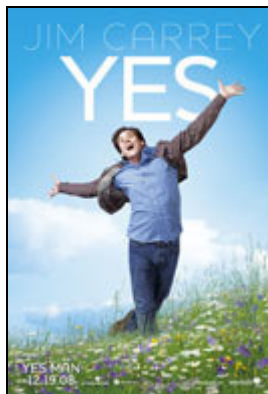


Diretor: Bent Hamer

Elenco: Bard Owe

Quando o trem parte da estação sem o engenheiro Odd Horten, ele vê que o caminho a frente não tem previsões de tempo e é cheio de estações já conhecidas. Horten foi obrigado a se aposentar depois de 40 anos de trilha e a plataforma já não é muito segura. Diante disso ele começa a enfrentar vários dilemas: Irá algum dia viajar de avião? Vai finalmente vender seu barco? Como foi parar nas mãos de uma mulher com saltos altos vermelhos? Foi provado que existe humor em envelhecer.

Sim, Senhor



Diretor: Peyton Reed

Elenco: Jim Carrey, Zooey Deschanel, Bradley Cooper, Rhys Darby, John Michael

Jim Carrey é Carl Allen, um rapaz cuja vida não está indo a lugar nenhum. Até que ele entra em um programa com uma premissa simples: dizer sim a tudo. Descobrir o poder do “sim” começa a transformar a vida de Carl em jeitos inesperados e maravilhosos. Mas sua vontade de abraçar tudo começa a ser bom demais.

Cadillac Records



Diretor: Darnell Martin

Elenco: Adrien Brody, Jeffrey Wright, Beyoncé Knowles, Gabrielle Union, Columbus Short, Cedric The Entertainer

Nessa história de sexo, violência, raça e rock'n roll na Chicago dos anos 50, Cadillac Records segue as vidas excitantes porém turbulentas de algumas das maiores lendas da música americana.

Timecrimes



Diretor: Nacho Vigalondo

Elenco: Karra Elejalde, Nacho Vigalondo, Candela Fernandez, Barbara Goenaga, Nacho Vigalondo

Um homem que viaja no tempo acidentalmente e conhece a si mesmo no passado. Uma garota nua no meio da floresta. Um estranho misterioso com o rosto coberto por uma bandagem rosa. Uma mansão inquietante no topo de uma colina. Todas essas peças de um quebra cabeça de terror, drama e suspense vão levar a um crime impensável.

The Lodger



Diretor: David Ondaatje

Elenco: Simon Baker, Alfred Molina, Hope Davis, Shane West, Rachael Leigh Cook

Esse filme segue um detetive já não muito jovem na trilha para encontrar um assassino que mata prostitutas na Sunset Strip. Os métodos usados pelo serial killer são idênticos com os do famoso britânico: Jack o estripador. E as coisas ficam piores quando os métodos também encaixam com os de outro serial killer que foi preso a muito tempo. Será que o homem errado foi preso?

Transporter 3



Diretor: Olivier Megaton

Elenco: Jason Statham, Francois Berléand, Natalya Rudakova, Robert Knepper, Jeroen Krabbe

Frank Martin foi obrigado a transportar Valentina, a filha seqüestrada de Vasilev, o chefe da Agência de proteção ambiental da Ucrânia. Durante o caminho, Frank tem que suportar

coisas como os agentes que Vasilev manda e o descontentamento de sua passageira. Mas apesar da resistência de Valentina, ela e Frank acabam se apaixonando, enquanto escapam de várias situações de vida ou morte.

How about you

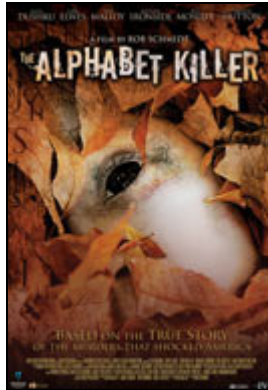


Diretor: Anthony Byrne

Elenco: Vanessa Redgrave, Brenda Fricker, Joss Ackland, Imelda Staunton, Hayley Atwell

Ellie é uma jovem mulher que fica encarregada de um asilo na época do Natal. Sua juventude cria um conflito com os quatro residentes do asilo que são considerados “casca grossa”. How about you mostra a vida desses idosos pouco civilizados, do fim de uma diferença de gerações, e um romance pouco provável.

The Alphabet Killer

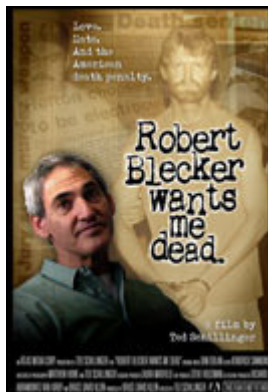


Diretor: Rob Schmidt

Elenco: Eliza Dushku, Timothy Hutton, Cary Elwes, Michael Ironside, Bill Moseley

Uma garota de 10 anos é encontrada morta na cidade de Rochester, Nova York. E a detetive Megan Paige tem um colapso emocional enquanto tenta resolver o caso. Mas depois que os assassinatos de crianças voltam a acontecer 2 anos depois, o retorno de Megan às investigações as trazem horríveis alucinações. Mesmo que prove sua teoria, ela vai conseguir se manter sã por tempo suficiente para pegar o psicopata?

Robert Bleker Wants me Dead



Diretor: Ted Schillinger

Elenco: Robert Bleker, Daryl Holton

Robert Bleker é um dos mais apaixonados defensores da pena de morte. Seu lema é “Algumas pessoas merecem morrer e nós temos a obrigação matá-las” Daryl Holton é uma

dessas pessoas, matou seus quatro filhos. Rober Bleker wants me Dead conta a história da improvável amizade entre os dois, e explora o significado de justiça, moral e misericórdia.

Heaven on Earth



Diretor: Deepa Mehta

Elenco: Preity Zinta, Vansh Bhardwaj, Balinder Johal, Gourrav Sihan

Chand vai sair de sua cidade natal na Índia para ir para uma cidade pequena em Ontário, no Canadá, onde seu noivo e sua família tradicional a esperam. Tudo é diferente para ela, incluindo Rocky, seu noivo que é muito tímido. Chand tenta ser otimista com a sua nova vida, mas uma série de conflitos com a família de Rocky e a impossibilidade de satisfazê-lo mostra o contrário.

Nobel Son



Diretor: Randall Miller

Elenco: Alan Rickman, Bryan Greenberg, Shawn Hatosy, Mary Steenburgen, Bill Pullman, Danny DeVito

Uma história sobre problemas familiares, luxúria, traição e vingança. Barkley Michaelson está prestes a defender sua tese de PhD quando seu pai ganha o prêmio Nobel de química. Mas Barkley é seqüestrado na véspera do dia em que seu pai aceitará o prêmio, e seu pai se recusa a pagar o resgate. Então começa uma história de intriga e decepção que prova que dar o troco pode dar muito errado.