

Universidade Federal de São Carlos
Centro de Educação e Ciências Humanas
Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som – PPGIS

MARIA JULIA ÉVORA CONSTANTINO

Trailer do filme *Psicose*, para além do *marketing* cinematográfico

São Carlos - SP

2014

Universidade Federal de São Carlos
Centro de Educação e Ciências Humanas
Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som – PPGIS

MARIA JULIA ÉVORA CONSTANTINO

Trailer do filme *Psicose*, para além do *marketing* cinematográfico

Dissertação apresentada ao
Programa de Pós-Graduação em
Imagem e Som, para a obtenção do
título de Mestre em Imagem e Som.
Linha de pesquisa: Narrativas
Audiovisuais.
Orientação: Profa. Dra. Josette
Maria Alves de Souza Monzani

São Carlos – SP

2014

**Ficha catalográfica elaborada pelo DePT da
Biblioteca Comunitária da UFSCar**

C758f

Constantino, Maria Julia Évora.

Trailer do filme Psicose, para além do marketing cinematográfico / Maria Julia Évora Constantino. -- São Carlos : UFSCar, 2014.
109 f.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal de São Carlos, 2014.

1. Cinema. 2. Hitchcock, Alfred, 1899-1980 - crítica e interpretação. 3. Construção. 4. Narrativas. I. Título.

CDD: 791.43 (20ª)



**BANCA EXAMINADORA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE
MARIA JULIA ÉVORA CONSTANTINO**

Prof. Dra. Josette Maria Alves de Souza Monzani
Presidente – UFSCar

Prof. Dra. Walmeri Kellen Ribeiro
Membro externo – UFC/CE

Prof. Dr. João Carlos Massarolo
Membro interno – UFSCar

À MINHA MÃE, MINHA IRMÃ E MINHA AVÓ

AGRADECIMENTOS

Início agradecendo à minha mãe, pois sem ela nada disso seria possível. E à toda minha família pelo apoio constante;

Agradeço à minha orientadora Josette Monzani pelos ensinamentos profissionais e pessoais. O meu crescimento só foi possível graças a eles;

Agradeço aos Professores João Carlos Massarolo e Walmeri Ribeiro pelas contribuições essenciais dadas no Exame de Qualificação e por aceitarem participar da Banca de Defesa e aos Professores Edson do Prado e Leonardo Antonio de Andrade por participarem da suplência do Exame de Defesa;

À todos os professores do programa de mestrado em Imagem e Som da UFScar pela troca de conhecimento. Ao secretário do PPGIS, Felipe Rossit, pela paciência. À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, CAPES, pela bolsa concedida e que possibilitou a dedicação integral à pesquisa;

À equipe da agência Espaço/Z Marketing de Entretenimento pelas informações fornecidas;

À Daniela Ramos e Marina da Costa pela amizade e força incondicionais, elas foram essenciais para o cumprimento deste projeto;

Aos amigos de mestrado: Vitor Vilaverde, Marina Rossato, Paula Gomes, Gabriel Pires, João Terezani e Francisco Trento pelas histórias compartilhadas, aprendizados e pela preocupação com o próximo. Eu não poderia ter escolhido turma melhor;

Ao Daniel Akio pelas ajudas nas traduções, cada conversa e conselhos;

Ao Matheus Balceiro por ter dito a palavra certa, na hora certa para o “último gás” na conclusão deste projeto;

Ao Pedro Apostólico por nunca deixar que eu parasse de acreditar em mim mesma e por cada detalhe durante os quatro anos em São Carlos;

À amiga que se tornou irmã, Marina Camargo, por compreender minhas ausências, pela confiança, cumplicidade e parceria;

E finalmente, porém não menos importante à amiga querida Beatriz Prado pela disponibilidade, dedicação e por ser sempre um exemplo a ser seguido.

*Fazer filmes, para mim, quer dizer, em primeiro lugar e acima de tudo, contar uma história. Essa história pode ser inverossímil, mas nunca deve ser banal. É preferível que seja dramática e humana. O drama é uma vida cujos momentos maçantes foram eliminados. (ALFRED HITCHCOCK)*¹

¹ HITCHCOCK, in: TRUFFAUT, 2004, p. 101

RESUMO:

O objetivo desta dissertação é estudar a narrativa do *trailer* de um dos mais influentes filmes da história do cinema: *Psicose* (1960), de Alfred Hitchcock. O *trailer* será, portanto, analisado não apenas como uma ferramenta de *marketing* cinematográfico, mas principalmente como um 'curta' que conta com uma espécie de narrativa paralela e auxiliar à do longa-metragem, com início, meio e fim, tentando compreender como aquela se constitui e de que forma dialoga ainda com os cartazes de divulgação e com os créditos iniciais do filme. O *storyboard* da sequência 'central' de ambos (*trailer* e filme) também será utilizado nesta leitura que visa compreender o processo de significação na órbita de *Psicose*.

PALAVRAS – CHAVE: *Psicose*; *trailer*; *marketing*; Hitchcock; Saul Bass; construção narrativa

ABSTRACT:

The objective of this dissertation is to study the narrative of the trailer of one of the most influential films in cinema history: Alfred Hitchcock's *Psycho* (1960). The trailer will, therefore, be analyzed not only as a tool of movie marketing, but mostly as a 'shortmovie' which has a kind of parallel narrative and assist in the feature film, with a beginning, middle and end, trying to understand how that is constituted and how it still speaks to the disclosure's posters and the opening credits of the film. Both 'core' sequence storyboard's (trailer and movie) will also be used in this reading that seeks to comprehend the process of signification in the orbit of *Psycho*.

Key-words: Psycho; trailer; marketing; Hitchcock; Saul Bass; narrative construction.

LISTA DE FIGURAS

CAPÍTULO 1

FIGURA 1: *Trailer* da série “*What Happened to Mary*”

FIGURA 2: Fotograma do *trailer* de *Jazz Singer*

FIGURA 3: *Trailer* produzido para a divulgação, no Brasil, do filme *Lincoln*.

FIGURA 4: *Trailer* do filme *Hitchcock*.

FIGURA 5: *Trailer* da animação *Aviões*.

FIGURA 6: *Trailer* do filme *Rio*.

FIGURA 7: Versão 2 do *trailer* do filme *Rio*.

FIGURA 8: Fotograma da versão da *Variance Films*, *trailer* do filme *Tropa de Elite 2*.

FIGURA 9: Fotograma da versão brasileira do *trailer* do filme *Tropa de Elite 2*.

CAPÍTULO 2

FIGURA 10: Capa do livro *Psicose* publicado em português.

FIGURA 11: Voz *over*: “O fabuloso Sr. Alfred Hitchcock irá escoltar você”.

FIGURA 12: Voz *over*: “em um *tour* pelas locações do seu novo filme *Psicose*”.

FIGURA 13: Fotograma da cena do chuveiro do *trailer*.

FIGURA 14: Fotograma da cena do chuveiro do longa metragem.

FIGURA 15: Fotograma da fuga do personagem na série *On more mile to go*.

FIGURA 16: Fotograma da primeira cena do *trailer*.

FIGURA 17: Fotograma da apresentação da vista externa da casa de Bates.

FIGURA 18: Fotograma de Hitchcock no interior da casa dos Bates.

FIGURA 19: Fotograma de Hitchcock narrando sobre as vítimas e a '*mulher*'.

FIGURA 20: Fotograma da exibição da cama da '*mulher*'.

FIGURA 21: Fotograma da passagem pelo banheiro da casa.

FIGURA 22: Fotograma do quarto do filho.

FIGURA 23: Fotograma da apresentação do pintura (elemento importante para o decorrer do longa).

FIGURA 24: Fotograma da cena final do *trailer* com o grito da vítima.

FIGURA 25: Exemplificação do termo 'encaixamento' da narrativa.

FIGURA 26: Retirada da dissertação de mestrado de Marcelo Dino, intitulada *Sinfonietta de Psycho, de Bernard Herrmann. Intersecções entre a música de concerto e a música cinematográfica*. 2011, p.145)

CAPÍTULO 3

FIGURA 27: Capa do livro original publicado em 1959 nos Estados Unidos.

FIGURA 28: Vista externa de um cinema de Nova Iorque.

FIGURA 29: Letreiro do cinema em Nova Iorque

FIGURA 30: Avisos colocados dentro do cinema

FIGURA 31: Fragmento de um display com a figura do diretor em tamanho real disponível em um cinema

FIGURA 32: Cartaz dentro do cinema

FIGURA 33: Exemplos de folhetos entregue ao público

FIGURA 34: Cartaz com os horários de exibição do filme nos cinemas do Reino Unido

FIGURA 35: Cartaz explicativo aos espectadores

FIGURA 36: Cartaz colocado no vidro traseiro dos ônibus para a divulgar o filme

FIGURA 37: Cartaz de divulgação do filme nos Estados Unidos

FIGURA 38: Tabela das cores reproduzida do livro “A sintaxe da linguagem visual”. (Dondis p. 67).

FIGURA 39: Cartaz de divulgação na Alemanha.

FIGURA 40: Cartaz de divulgação na Espanha.

FIGURA 41: Cartaz de divulgação na Bélgica.

FIGURA 42: Cartaz de divulgação na Itália.

FIGURA 43: início dos créditos de abertura do longa.

FIGURA 44: retas paralelas na horizontal com elementos da tipografia.

FIGURA 45: Nome do diretor nos créditos.

FIGURA 46: Título do filme em tipografia distorcida e “quebrada”.

FIGURA 47: Retas em preto e cinza paralelas, desencontradas na vertical.

FIGURA 48: Retas verticais mesclando com o nome do ator principal.

FIGURA 49: Retas horizontais surgindo do lado esquerdo e direito.

FIGURA 50: Retas horizontais que surgem do centro.

FIGURA 51: Signos representados nos frames do longa metragem: facadas; rompimento; sangue e ruptura.

FIGURA 52: Parte 1 do *storyboard* da cena do chuveiro encontrado no livro: *Saul Bass, a life in film and design*.

FIGURA 53: Parte 2 do *storyboard* da cena do chuveiro encontrado no livro: *Saul Bass, a life in film and design*.

FIGURA 54: Fotogramas de planos do longa que representam os fragmentos da personagem.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

FIGURA 55: Capa do DVD de Psicose 2.

FIGURA 56: Capa do DVD de Psicose 3.

FIGURA 57: Capa do DVD de Psicose 4.

LISTA DE TABELAS

TABELA 1: *Ranking* de audiência dos programas televisivos americanos em 1959

TABELA 2: Personagens no *trailer*

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
CAPÍTULO 1- CONTEXTO HISTÓRICO: UM “TRAILER” DA HISTÓRIA DOS TRAILERS ..	25
1.1 Os primeiros <i>trailers</i>	27
1.2 20 anos de <i>Trailers</i> hitchcockianos	32
1.3 O mercado contemporâneo.....	38
CAPÍTULO 2 – <i>PSICOSE</i> : EM BREVE NESTE CINEMA.....	45
2.1 O <i>trailer</i> do maior sucesso de Hitchcock	49
2.2 A presença de Hitchcock em cena no <i>trailer</i>	53
2.3. O público o reconhece, às personagens, não	55
2.4. Um <i>tour</i> pelo <i>trailer</i>	56
2.4.1 Personagens	56
2.4.2 Planificação e montagem	57
2.4.3. Trilha sonora e musical	66
CAPÍTULO 3 – INTERTEXTOS DO <i>PSICOSE</i>	75
3.1 A campanha de divulgação de <i>Psicose</i>	75
3.2 Cartaz	80
3.3 Créditos iniciais	86
3.4 A cena do chuveiro do chuveiro no <i>trailer</i> e no longa	90
3.4.1 <i>Storyboard</i>	91
CONSIDERAÇÕES FINAIS	97
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	103
REFERÊNCIAS FILMOGRÁFICAS.....	109
FICHA TÉCNICA DO FILME.....	109

INTRODUÇÃO

A ânsia por estudar a interface entre cinema e publicidade motivou meu interesse por pesquisar os *trailers*: pequenos filmes criados para divulgar e promover um longa metragem. Com uma narrativa própria, muitas vezes independente daquela do longa, os *trailers* seduzem o público, convidando-o para a grande aventura do cinema.

Por muito tempo, o *trailer* foi o único meio audiovisual em que o espectador podia ter uma prévia do que seria visto no filme e que permitia antecipar e explorar elementos sobre a narrativa e os personagens de um longa metragem. Contemporaneamente, contudo, a divulgação de uma obra tornou-se muito mais ágil e múltipla, sendo feita através de diferentes plataformas de *media*, tais como a televisão, o rádio, o *medium* impresso e incontáveis possibilidades através da internet: *teasers*, *marketing* viral (vídeos promocionais), redes sociais, *sites*, entre outros.

Apesar destas inúmeras possibilidades, a meu ver, os *trailers* continuam a ocupar lugar privilegiado no sistema de *marketing* do cinema, atingindo de maneira precisa seu público primeiro: aqueles que frequentam as salas de cinema. De fato, o *trailer* é o único meio de divulgação em que o espectador entra em contato com o filme quando está inserido no contexto cinematográfico. É bem verdade que, dadas as inovações tecnológicas, os *trailers* não estão mais restritos às salas de cinema, atualmente eles também podem ser assistidos pela internet ou em aplicativos para celulares. Mas, por acreditar que quando o espectador está no cinema, ele está mais propenso e mais disposto a conhecer um filme, entendo que o *trailer* exibido nas salas de cinema ainda é a melhor maneira de conquistar o público.

No entanto, minhas reflexões iniciais evidenciaram que os *trailers* não são apenas ferramentas de *marketing* do cinema, mas, antes pequenos filmes que contam com narrativas próprias e 'fortes', semântica e sintaticamente quase independentes dos longas metragens que se propõem divulgar. Esta questão fez-me considerar a necessidade de um estudo mais detalhado dos *trailers*, a partir de um instrumental teórico semelhante àquele utilizado para a análise dos próprios longas, e acabou por

formatar o tema da minha dissertação de Mestrado como sendo o estudo dos *trailers* para além do *marketing* cinematográfico.

Contudo, para evitar o risco da abrangência, que acabaria por levar esta dissertação a um tratamento superficial do tema, fez-se necessário um recorte mais específico, a fim de circunscrever melhor o tema da pesquisa, delimitando-o com precisão. Decidi então focar minha análise no *trailer* de um dos mais influentes filmes da história do cinema: *Psicose*,² de Alfred Hitchcock. Mais especificamente, a análise a ser empreendida nesta dissertação de mestrado volta-se para um estudo da narrativa deste *trailer* juntamente com outros materiais que se pode considerar como demais intertextos de *Psicose*: o romance que a ele deu origem, os cartazes do filme e sua abertura. Pretende-se, então compreender de que maneira estes materiais se relacionam com o longa-metragem e assim conseguem criar uma identidade única e complexa para a obra.

A análise da narrativa do *trailer Psicose* e de suas meta-relações será aqui inicialmente feita a partir das reflexões de Cecília Almeida Salles, especialmente aquelas expostas em seus livros *Crítica genética: fundamentos dos estudos genéticos sobre o processo de criação artística*³ e *Gesto Inacabado*, sobre o processo de criação artística.

A Crítica Genética surgiu, segundo Salles, da tentativa de melhor compreender a gênese da criação artística, a partir da análise dos registros do percurso de criação deixado pelos artistas e é, nesse sentido, que faremos uso dos materiais que compõem nosso trabalho. Embora, inicialmente, a Crítica Genética fosse dedicada prioritariamente ao estudo dos manuscritos literários,⁴ ela, segundo nota Salles, já

² O *trailer* deste filme foi escolhido como um dos 50 melhores *trailers* da história pelo *site* <http://www.ifc.com>

³ SALLES, Cecília A., *Crítica genética: fundamentos dos estudos genéticos sobre o processo de criação artística*. São Paulo: EDUC, 2008 (3ª Ed.).

⁴ “O início dos estudos genéticos está localizado na França, em 1968, quando, por iniciativa de Louis Hay e Almuth Grésillon, o *Centre National de la Recherche Scientifique* (CNRS) criou uma pequena equipe de pesquisadores, germanistas ou de origem alemã, encarregados de organizar os manuscritos do poeta alemão Heinrich Heine que tinham acabado de chegar à Biblioteca Nacional da França (BNF). Esses pesquisadores enfrentaram [p. 11] problemas metodológicos ao lidar com tais manuscritos. Esse primeiro momento dos estudos genéticos (1968-1975), denominado por Almuth Grésillon (1991) "momento germânico-ascético", foi seguido pelo "momento associativo expansivo", (1975-1985) quando se instaurou o diálogo entre esse grupo de pesquisadores e outros, que começavam a se interessar pelo estudo de manuscritos de Proust, Zola, Valéry e Flaubert: problemas comuns os uniam.

trazia consigo, “desde seu surgimento, a possibilidade de explorar um campo mais extenso”, (SALLES, 2008, p.07-8) que permite discutir, a partir deste referencial teórico, o processo criador em outras manifestações artísticas, entre as quais o cinema.

Diz Salles,

Se o propósito direcionador dos estudos genéticos foi, desde seu início, a compreensão do processo de produção de uma obra literária e seu objeto de estudo eram os registros desse percurso do escritor encontrados nos manuscritos, deveria, necessariamente, romper a barreira da literatura e ampliar seus limites para além da palavra. Processo e registros são independentes da materialidade na qual a obra se manifesta e independentes, também, das linguagens nas quais essas pegadas se apresentam. É possível, portanto, conhecer alguns procedimentos da criação, em qualquer manifestação artística, na compreensão dos rastros deixados pelos artistas.

Já estava, portanto, na própria natureza da crítica genética a possibilidade de se estudarem manuscritos de toda e qualquer forma de expressão artística (assim como de produções científicas) e não só da literatura. E foi isso que [pag.30] aconteceu. Logo começaram a surgir pesquisadores interessados em estudar esboços e cadernos de artistas plásticos, roteiros de cineastas, anotações de coreógrafos e esboços de arquitetos. Hoje, os estudos genéticos abarcam os processos comunicativos em sentido mais amplo, a saber, artes plásticas, cinema, dança, teatro, música, arquitetura, literatura, fotojornalismo, publicidade, jornalismo, etc. (SALLES, 2008, p.15-6)

É importante notar, como o fez Salles, que a Crítica Genética não tem acesso a todo o processo de criação, uma vez que não temos o ato criador nas mãos, mas apenas a alguns de seus rastros, pode-se afirmar, “com certa segurança, que vivendo os meandros da criação, quando em contato com a materialidade desse processo, podemos conhecê-la melhor”. (SALLES, 2008, p.13)

Um estudo exaustivo do processo criativo do filme *Psicose* exigiria o acesso, que não foi possível, a todos os rascunhos, croquis, plantas, esboços, roteiros, maquetes, copiões, *storyboards* etc, que muito contribuiriam para tal estudo. O

É nessa fase que há a passagem de um projeto específico para uma problemática geral, com a criação de um laboratório próprio no CNRS: *Institut des Textes et Manuscrits Modernes* (ITEM), dedicado exclusivamente aos estudos do manuscrito literário [...] A partir de meados dos anos 90, os estudos genéticos estão vivendo uma época de exploração e alargamento de horizontes. O tempo de reflexões sobre os princípios fundamentais e a legitimidade da disciplina abriu espaço para a ação transdisciplinar da crítica genética”. (SALLES, 2008, p.06-7). Uma bibliografia fundamental para este estudo foi a dissertação de mestrado da Profa Dra. Josette Monzani, precursora dos estudos de crítica genética aplicada ao cinema: *Gênese de Deus e o Diabo na Terra do Sol*, desenvolvida nos anos 80 e publicada em 2005.

objetivo aqui é mais modesto e a análise do processo criativo desta obra optou por centralizar e enfatizar o seu *trailer*, além de basear-se em entrevistas e depoimentos do diretor, Hitchcock, e nas informações processuais contidas em *Alfred Hitchcock e os Bastidores de Psicose*, de Stephen Rebello⁵ - que inclui relatos cotidianos dos bastidores da criação do filme *Psicose*.

O estudo proposto nesta dissertação também incluirá a discussão da possível participação do *designer* gráfico americano Saul Bass, convidado para ser o “*pictorial consultant*”⁶ do longa *Psicose*, no processo criativo do filme. Bass foi o responsável pela realização dos créditos de abertura do longa e alguns comentadores⁷ atribuem também a ele a autoria dos *storyboards* - e, portanto, das planificações - da cena do assassinato de Marion no chuveiro do motel.

O romance *Psicose*, de autoria de Robert Bloch (Rio de Janeiro: Best Seller, 1964), base deste processo criativo, também será utilizado em uma leitura comparativa com o filme, assim como serão examinados os principais cartazes de veiculação do filme.

De fato, todos esses documentos são registros materiais do processo criador, e nesta medida constituem os documentos de processo, ou dossiê genético, no mesmo sentido a que se refere Salles (2008, p.19): “Os documentos de processo são, portanto, [afirma Salles] registros materiais do processo criador. São retratos temporais de uma gênese que agem como índices do percurso criativo”.

A análise empreendida nesta dissertação é devedora da longa entrevista dada por Hitchcock a François Truffaut,⁸ que posteriormente deu origem ao livro *Hitchcock/Truffaut: entrevistas*, publicado pela primeira vez em 1967 e que contou

⁵ REBELLO, Stephen, *Alfred Hitchcock e os Bastidores de Psicose*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2013.

⁶ Optou-se por não traduzir este termo, pois essa função não existe no cinema brasileiro.

⁷ Além do livro sobre as obras de Bass: *Saul Bass, a life in film and design*, Stephen Rebello em seu livro sobre os bastidores menciona entrevistas dadas pelo próprio Bass à revistas americanas que confirmavam sua participação.

⁸ Segundo Ismail Xavier no prefácio à edição brasileira, “a entrevista deu toda ênfase ao percurso da obra, não propriamente à biografia do cineasta, embora uma referência à sua formação tenha feito parte da conversa. Interessava, mais do que tudo o relato das circunstâncias de cada produção, os problemas técnicos e as soluções capazes de descrever seu método. [...] O que é notável, neste grande documento das convicções de Truffaut, é a franqueza com que conduz o diálogo, cuja aparente simplicidade não sonega, pelo contrário, ressalta, o conhecimento do ofício e de suas implicações que têm os interlocutores”. (XAVIER, In: TRUFFAUT & SCOTT, 2004, p.16-9)

com uma segunda edição, revisada e ampliada, em 1983. Esta edição foi seguida por uma edição de luxo, 'definitiva', publicada em 1993, pela Gallimard.⁹

A ideia desta entrevista surgiu a Truffaut em 1962 quando, estando em Nova Iorque, percebeu que a crítica norte americana, da época, desprezava o cinema de Hitchcock. Diz Truffaut, “percebi que todo jornalista me faziam a mesma pergunta: ‘por que os críticos dos *Cahiers du Cinéma* levam Hitchcock a sério? Ele é rico, faz sucesso, mas seus filmes não tem substância’”. (TRUFFAUT, *In*: TRUFFAUT & SCOTT, 2004, p. 21) Obviamente, Truffaut se horroriza com tamanha barbaridade e esta entrevista visa, segundo ele, no prefácio da edição brasileira do livro, “convencer o que era o ponto comum a todos os jovens dos *Cahiers du Cinéma*”.

De fato, os jovens do *Cahiers*, entre os quais Truffaut e Jean Douclet, já reconheciam a genialidade de Hitchcock desde os anos 50, quando a revista foi criada.¹⁰ Estes destacavam, assim como fizeram Eric Rohmer e Claude Chabrol no livro *Hitchcock*,¹¹ a relação genialmente estreita que há entre *forma* e *conteúdo* no cinema de Hitchcock. Para Eric Rohmer e Claude Chabrol, segundo comenta Truffaut, Hitchcock não é apenas um contador de história, “nem um esteta, mas ‘*um dos maiores inventores das formas de toda a história do cinema. Só talvez Murnau e Eisenstein possam, neste capítulo, sustentar a comparação com ele... Aqui a forma não embeleza o conteúdo, mas o cria*’”. (TRUFFAUT, *In*: TRUFFAUT & SCOTT 2004, p. 26-7)

Pretende-se nesta dissertação destacar, como fizeram os jovens do *Cahiers du Cinéma*, a estreita relação que há entre forma e conteúdo na obra de Hitchcock, que também está explícita no *trailer* que é objeto desta pesquisa. Para tanto, lançarei mão de teóricos da literatura e do cinema que se ocuparam mais detalhadamente desta relação. Nesta medida, este estudo será feito a partir do referencial teórico proposto por Roland Barthes, Gérard Genette, Tzvetan Todorov e Christian Metz, no que diz respeito à análise estrutural da narrativa.

É claro que, como afirmaram Carrascoza e Furtado, o “aparato conceitual do que conhecemos como estruturalismo, ou corrente do pensamento estruturalista, ainda

⁹ Nesta dissertação será utilizada a edição brasileira do livro: TRUFFAUT, François & SCOTT, Hellen. *Hitchcock / Truffaut: entrevistas. Edição definitiva*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

¹⁰ A revista *Cahiers du Cinéma* foi criada em 1951 por André Bazin, Jacques Doniol-Valcroze e Joseph-Marie Lo Duca.

¹¹ Paris: Edition Universitaire, 1957.

que envolvendo seus múltiplos fundamentos, não é suficiente para considerá-lo, em rigor, como um dos modelos teóricos puramente voltados à Comunicação Social surgidos com a modernidade que impulsionou a expansão dos *mass media* [...].¹² O campo comunicacional, pelo seu caráter multidisciplinar, tem sido objeto de aportes teóricos, análises empíricas e abordagens críticas advindas de outros domínios científicos, tradicionalmente bem definidos, como a filosofia, a sociologia, a linguística, a história, a psicologia, a antropologia etc., e é nessa perspectiva que os pressupostos estruturalistas podem ser invocados e compreendidos no âmbito dos estudos da Comunicação”. (CARRASCOZA & FURTADO, 2009, p. 173)

Cabe notar que Roland Barthes foi o primeiro autor a pensar em uma proposta para a análise estrutural da imagem publicitária, fornecendo um instrumental teórico que me ajudou a pensar a questão do marketing cinematográfico. Quanto aos estudos de Tzvetan Todorov e Gérard Genette, embora feitos a partir de narrativas literárias, eles forneceram ferramentas de análises extremamente poderosas e perfeitamente aplicáveis à análise das narrativas cinematográficas. Barthes e Christian Metz, por sua vez, fazem um estudo mais específico do cinema, sendo o último, um teórico que também estuda a semiologia do cinema e esta vinculada à teoria psicanalítica. A escolha destes teóricos pautou-se pela necessidade de avaliação da estrutura da narrativa dos *trailers* como mini-filmes que possuem narrativas próprias.

No livro *Introdução à teoria do cinema*, Robert Stam afirma que:

No estruturalismo como matriz teórica, o comportamento, os textos e as instituições são vistos como analisáveis em termos de uma rede subjacente de relações; os elementos constitutivos da rede adquirem seu sentido com base nas relações existentes entre os elementos. (STAM, 2011, p.125)

Segundo Genette, a narrativa nada mais é do que a representação, por meio da linguagem, de um acontecimento ou de uma série de acontecimentos, reais ou fictícios.

¹² “Não existe uma teoria de comunicação estruturalista, como a teoria funcionalista-pragmática, a teoria crítica dos filósofos frankfurtianos, ou a teoria culturoológica que reuniu sociólogos (Edgar Morin) e estudiosos da cultura de massa (Umberto Eco), entre outras, de caráter analítico ou conceitual, do início do século XX ou de seu término – período em que as demandas do mundo pós-moderno trouxeram novos paradigmas para a teoria e a prática da Comunicação”. (CARRASCOZA & FURTADO, 2009, p. 173)

Toda narrativa comporta, com efeito, embora intimamente misturados e em proporções muito variáveis, de um lado representações de ações e de acontecimentos, que constituem a narração propriamente dita, e de outro lado representações de objetos e personagens, que são o fato daquilo que se denomina hoje a descrição. (GENETTE, 2011, p.262)

Portanto, a descrição, segundo Genette, é parte constitutiva da narração.¹³ A descrição pode ter um caráter puramente decorativo,¹⁴ como encontramos especialmente na tradição literária clássica, ou um caráter explicativo e simbólico,¹⁵ presente particularmente na literatura contemporânea. De toda forma, de acordo com Genette, a descrição “se demora sobre objetos e seres considerados em sua simultaneidade e encara os processos eles mesmos como espetáculos, *parece suspender o curso do tempo* e contribui para espalhar a narrativa no espaço”. (GENETTE, 2011, 275), (grifo nosso) A narrativa, por outro lado, ocupa-se das ações ou acontecimentos em si mesmos, acentuando o aspecto temporal.

A partir de uma perspectiva de análise de base estruturalista, buscar-se-á, nesta dissertação, as estruturas constitutivas da narrativa dos *trailers*.

(...) estruturalmente, [afirma Barthes] a narrativa participa da frase, sem jamais ser reduzida a uma soma de frases: a narrativa é uma grande frase, como toda frase constativa, é de uma certa maneira, o esboço de uma pequena narrativa. Se bem que elas disponham aí de significantes originais (frequentemente muito complexos), encontram-se com efeito na narrativa, aumentados e transformados à sua medida, as principais categorias do verbo: os tempos, os aspectos, os modos, as pessoas; além disso, os próprios ‘sujeitos’ opostos aos predicados verbais não deixam de se submeter ao modelo frásico: a tipologia actancial proposta por A. J. Greimas reencontra na multiplicidade dos personagens da narrativa as funções elementares da análise gramatical. (BARTHES, 2011, p. 24)

Contudo, segundo Barthes, para se conduzir uma análise estrutural faz-se necessário distinguir muitas instâncias de descrição e hierarquizar-las. Todorov, em *As*

¹³ Para uma discussão detalhada da relação entre narração e descrição ver: GENETTE, 2011, 272-277.

¹⁴ “O exemplo mais célebre disso é talvez a descrição do escudo de Aquiles no canto XVIII da Iliada”. (GENETTE, 2011, p. 274)

¹⁵ “A segunda grande função da descrição, a mais claramente manifestada hoje, por que se impôs, com Balzac, na tradição do gênero romanesco, é de ordem simultaneamente explicativa e simbólica: os retratos físicos, as descrições de roupas e móveis tendem, em Balzac, e seus sucessores realistas, a revelar e ao mesmo tempo a justificar a psicologia dos personagens, dos quais são ao mesmo tempo signo, causa e efeito”. (GENETTE, 2011, p. 274)

categorias da narrativa literária, (1966) propõe que se trabalhe com dois grandes níveis: a história (o argumento) e o discurso.

A utilização do estruturalismo como ferramenta de análise será feita sem perder de vista as críticas ao estruturalismo e ao pós-estruturalismo, críticas estas comentadas, por exemplo, por Stam ao discutir a pluralização da teoria do cinema, diz ele:

A teoria recente manifesta uma certa reação contra os excessos do estruturalismo e pós-estruturalismo. Tanto um como o outro possuíam em comum o hábito de ‘colocar entre parênteses o referente’, ou seja, enfatizava mais as inter-relações entre os signos do que qualquer correspondência entre o signo e o referente. Em sua crítica do verismo, o pós-estruturalismo ocasionalmente chegou ao extremo de separar a arte de toda e qualquer relação com o contexto histórico. (STAM, 2011, p.359)

Diante desses excessos, e a fim de evitar que a análise cinematográfica se transformasse num mero jogo de signos, contemporaneamente a teoria do cinema está passando, segundo Stam, por uma espécie de re-historicização, na tentativa de situar a teoria do cinema no interior de história mais ampla. Stam propõe uma aproximação da teoria do cinema e da história do cinema, que, infelizmente, em alguns casos, nos últimos anos, receberam tratamentos separados, como se fossem atividades antagônicas. Há de se buscar um diálogo entre teoria e história do cinema.

De acordo com Stam, apesar das severas críticas de que foram alvos os movimentos teóricos mais amplos surgidos do estruturalismo e da semiótica,

(...) rejeitar a teoria [de viés estruturalista] *in toto*, como se fora a serpente no jardim da análise fílmica, é, por um lado, simplesmente rejeitar as maiores correntes intelectuais de nossa época. [...] Porém, como decorrência de todos estes questionamentos a teoria é hoje um pouco menos majestosa, um pouco mais pragmática, um pouco menos etnocêntrica, masculina e heterossexista, e um pouco menos inclinada aos sistemas abrangentes, recorrendo a uma pluralidade de paradigmas teóricos. (STAM, 2011, p.361-2).

É dentro da visão histórico-estruturalista, portanto, que me proponho a refletir sobre o *trailer* de *Psicose*, para além do *marketing* cinematográfico. A meu

ver, parafraseando Imre Lakatos, a teoria do cinema sem a história do cinema é vazia e a história do cinema sem a teoria do cinema é cega.¹⁶

Assim, pretende-se, nesta dissertação, inserir a análise do *trailer* do filme *Psicose*, aqui realizada, no contexto histórico no qual ele foi desenvolvido. Para tanto se faz necessária uma reconstituição, ainda que não muito detalhada, da evolução histórica dos *trailers*. Esta reconstituição será feita a partir de Peter DeBruge, Joel Augros, Lisa Kernan e Keith Johnston.

*

A dissertação, assim estabelecida, dividir-se-á em três capítulos, que se completam um ao outro e uma conclusão.

O primeiro capítulo será dedicado à apresentação de um panorama da evolução histórica dos *trailers*, com alguns apontamentos sobre as alterações sofridas no que diz respeito à estética, funções e métodos de produção dos *mesmos* e uma breve discussão sobre os *trailers* dos anos 50. Este capítulo também incluirá uma apresentação de 20 anos de *trailers* de Hitchcock. E será finalizado com uma rápida discussão sobre os *trailers* no cinema contemporâneo.

Em seguida, o segundo capítulo, '*Psicose*: em breve neste cinema',¹⁷ terá por objetivo estudar a narrativa deste *trailer*, sua linguagem e significação em si mesmo. Inicialmente, tentar-se-á compreender o contexto histórico e cinematográfico no qual o *trailer* do filme *Psicose* foi desenvolvido. Será feita também uma leitura do *trailer* através da descrição do mesmo e da aplicação do referencial teórico aqui proposto.

No terceiro capítulo, 'Intertextos do *Psicose*', irá se estudar a campanha publicitária desenvolvida para a divulgação do filme *Psicose*. O seu principal objetivo era criar um ambiente de suspense para os espectadores, tal que estes, desde o início do filme, estivessem curiosos para saber a narrativa do filme e que não a divulgassem antecipadamente a outros eventuais espectadores. Neste momento, serão expostas as relações do *trailer* com as demais peças intertextuais convergentes do conjunto

¹⁶ Diz Lakatos: “a filosofia da ciência sem história da ciência é vazia, e a história da ciência sem a filosofia da ciência é cega”. (LAKATOS, 1971, p. 91)

¹⁷ O título deste capítulo é uma alusão ao encerramento dos *trailers* dos anos 50 e 60 que terminavam com a frase: em breve neste cinema.

criativo *Psicose*, que formaram o conceito que as atravessa.

A última parte desta dissertação se referirá às minhas considerações finais sobre este objeto de estudo e o que acredito ser o cenário atual da narrativa dos *trailers* e de outros formatos de divulgação de uma obra audiovisual.

CAPÍTULO 1

CONTEXTO HISTÓRICO: UM 'TRAILER' DA HISTÓRIA DOS TRAILERS

*Does she escape the lion's pit?
See next week's thrilling chapter*

Segundo a historiadora Lisa Kernan, *trailer* é um “breve texto fílmico que geralmente exhibe imagens de características específicas de um filme enquanto afirma a sua excelência, e que é criado com a finalidade de ser projetado em salas de cinema¹⁸ para promover o lançamento de um filme nos cinemas”. (Kernan, 2004, p.1) De acordo com esta perspectiva, o local onde o *trailer* é exibido, salas de cinema, é parte constitutiva da definição de *trailer*. Ou seja, é ao ser exibido nas salas de cinema que um *trailer* se realiza plenamente e se constitui como um *trailer*. Além disso, a meu ver, quando dentro de uma sala de cinema, o espectador está mais propenso e disposto a conhecer um filme e a deixar-se cativar por ele. É a partir desta experiência, dentro da sala de cinema, que o espectador, geralmente, começa a conceber o longa e decide retornar ao cinema para assistir ao filme anunciado. Contemporaneamente, dadas as inovações tecnológicas, os *trailers* estão também disponíveis para serem assistidos pela internet ou em aplicativos para celulares.

Embora os *trailers* tenham sido concebidos inicialmente como uma ferramenta de *marketing* da indústria cinematográfica e que, ainda hoje, alguns deles não passem de publicidade descartável, uma parte significativa deles foram além do *marketing* cinematográfico, constituindo-se em pequenos filmes que contam com narrativas próprias e 'fortes', semântica e sintaticamente quase independentes dos longas-metragens que se propõem divulgar. E dada a importância destes *trailers*, muitos se tornaram parte de uma experiência cinematográfica mais abrangente que inclui o longa propriamente dito e seu *trailer*. Este é certamente, o caso do *trailer* do filme *Psicose*.

O *trailer* do filme *Psicose* foi escolhido como um dos 50 melhores *trailers* da história pelo *site* do IFC.¹⁹ Ele constitui um marco na história dos *trailers*, contudo,

¹⁸ Grifo nosso.

¹⁹ A lista foi disponibilizada em diversos *sítes*, como por exemplo, em: www.extratv.com em 2010.

para evidenciar esta hipótese, faz-se necessário uma análise, ainda que não muito detalhada, da evolução histórica dos *trailers* desde o início do século XX, destacando alterações sofridas no que diz respeito à estética, às funções e métodos de produção.

A reconstrução apresentada a seguir é devedora de dois importantes trabalhos: 1) *Coming Soon, Film Trailers and the Selling of Hollywood Technology*, de Keith M. Johnston²⁰, e 2) *Coming Attractions Reading American Movie Trailers*,²¹ de Lisa Kernan²².

A escolha desses dois autores se justifica, pois seus trabalhos se constituem referencia na área. Keith Johnston que é professor de estudos de cinema e televisão na *University of east Anglia* realizou um estudo inserindo os *trailers* dentro da história do cinema e observa que "O *trailer* do filme continua a ser um recurso negligenciado dentro tanto da história do cinema e como da análise fílmica" (JOHNSTON, 2009, p.1). Lisa Kernan após uma exaustiva pesquisa traz uma leitura da retórica e faz uma análise histórica e estética de vinte e sete *trailers* de filmes populares de Hollywood em seu livro. Ambas se tornaram significantes contribuições para os estudos do *trailer*.

Samantha Melanie-Anne Losben, em sua tese dedicada ao exame da história e significado dos *trailers* e de como eles estão sendo acessados e incorporados a arquivos de cinema, ilustra o que eles representam para a cultura americana, sendo parte significativa desta sociedade, e destaca a importância de se ampliar os estudos acadêmicos sobre eles. Diz ela:

Trailers são importantes para os filmes que eles representam tanto que foram criados para atrair os espectadores para ver os filmes e também podem fornecer evidências importantes de tendências

²⁰ JOHNSTON, Keith M, *Coming Soon, Film Trailers and the Selling of Hollywood Technology*. Carolina do Norte: McFarland & Company, 2009.

²¹ KERNAN, Lisa, *Coming Attractions Reading American Movie Trailers*. Austin: University of Texas Press, 2004.

²² Foram também importantes para esta reconstrução os seguintes trabalhos: 1) THOMAS, Kevin. (1966). *Movie Trailers Have Long Run. Los Angeles Times (1886-Current File)*,c10. Retrieved October 26, 2009, from ProQuest Historical Newspapers Los Angeles Times (1881 - 1986). Document ID: 486062522, 2)TURAN, Kenneth. (1982). *The Lure of Trailers. American Film*, 8(1), 50-55 e de 3) DEBRUNGE, Peter. (2009). *A Brief History of the Trailer. Movie Trailer Trash*. <<http://www.movietrailertrash.com/views/history.html>>.

dentro da cultura americana, da tecnologia e da publicidade. No entanto, *trailers* também são esforços criativos autosuficientes que valem a pena serem examinados por seu papel único. Na última década, tem havido vários estudos de *trailers*, os dois trabalhos mais aprofundados sobre *trailers* são *Coming Attractions: A Reading of American Movie Trailers*, (2004) de Lisa Kernan e *Coming Soon: Film Trailers and the Selling of Hollywood Technology*, (2009) de Keith Johnston. A abordagem de Johnston é do *marketing* e do ponto de vista tecnológico e os coloca dentro do contexto da publicidade da indústria cinematográfica, enquanto Kernan examina a retórica e o gênero dos *trailers* utilizando uma abordagem de estudos de cinema. Ambas as obras ilustraram o amplo espectro acadêmico que pode ser aplicado para os *trailers*. (LOS BEN, 2011, p.18)

Embora Losben saliente que a última década presenciou um aumento significativo de estudos acadêmicos sobre *trailers*, ainda há muito a ser feito para a construção de uma história mais completa, especialmente sobre *trailers* de filmes não americanos. Segundo a pesquisadora, é fundamental que os *trailers* sejam preservados, o acesso a eles garantido, e, especialmente, estudados, pois eles são tão cativantes e importantes quanto seus homólogos longas-metragens, e eles possuem, em si mesmos, valor criativo, histórico e artístico e para ela “há ainda uma necessidade de pesquisa e trabalhos acadêmicos para ilustrar a história, o significado cultural, e utilização de *trailer*.” (LOS BEN, 2011, p.20).

1.1 OS PRIMEIROS *TRAILERS*.

É difícil precisar qual teria sido o primeiro *trailer*, quer pela falta de documentação, quer pelo problema de se definir o que, no início, se entendia por *trailer*, quer pela questão de se precisar em que momento alguns *slides*,²³ tornaram-se *trailers*.

Sem dúvida, há uma polêmica em torno do primeiro *trailer*; alguns consideram que o pequeno filme promocional produzido pela distribuidora da série *What Happened to Mary*, filme seriado com 12 episódios, produzido, em 1912, pela *Edison Studio*, teria sido o primeiro *trailer*. De fato, este não incluía alguns dos

²³ Essas lâminas publicitárias criadas por Siegmund Lubin informavam exibidores e público os próximos lançamentos do seu estúdio: *Lubin Studio*.

elementos que se tornariam posteriormente constitutivos de um *trailer*, ele era bastante rudimentar: utilizando o fim do celulóide não exposto do rolo, usado para envolver e proteger o filme, este pequeno filme, sem apresentar nenhuma cena ou referência ao elenco, trazia apenas um texto informando que “o próximo incidente na série *What Happened to Mary* será mostrado daqui a uma semana”.

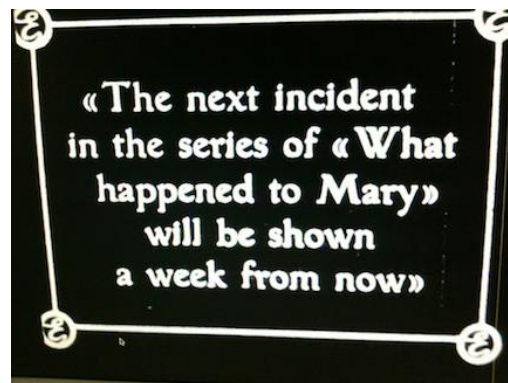


FIGURA 1 - *Trailer* da série “*What Happened to Mary*”. Apud <http://movietrailers101.wordpress.com/2011/10/19/the-first-trailers-series-serials/>

Lisa Kernan, por outro lado, afirma que o primeiro *trailer* de que se tem relato foi um pequeno filme promocional produzido para a série *The Adventures of Kathlyn*²⁴, produzido pela *Selig Polyscope Corp*, em cooperação com o *Chicago Tribune*, e exibido em 1913, em *Rye Beach* na cidade de Nova Iorque. Este *trailer*, contudo, também não possuía ainda a estrutura dos *trailers*, tal qual é conhecida hoje, ele apenas instigava o espectador a assistir ao próximo capítulo com frases do tipo: “*Does she escape the lion's pit? See next week's thrilling chapter*”²⁵.

Seja como for, pode-se dizer que a partir de 1912 ou 1913 já existe ao menos esta versão rudimentar de *trailers*. A partir de 1915, estes pequenos filmes começam a se constituir como *trailers* propriamente ditos, incluindo texto e imagens ou cenas do filme.

²⁴ Série americana de treze episódios exibida em salas de cinema que contava as aventuras de Kathlyn Hare, a linda filha de um explorador (Lafe McKee), que residia em uma Índia mítica, lutando contra inúmeros perigos da selva com sua fauna feroz.

²⁵ “Ela irá escapar da cova do leão? Veja o capítulo da próxima semana.”

No início, os *trailers* eram exibidos após os filmes, pois eram feitos com a ponta final do rolo da película. Aliás, como destacou Losben, “A palavra *trailer* é derivada de sua colocação inicial dentro da experiência cinematográfica - quando ele era "arrastado" ou mostrado após o filme. O termo transmite a origem histórica e industrial do filme publicitário. Quando eles foram introduzidos, vinham depois ou "arrastados" pela apresentação principal.” (LOS BEN, 2011, p.9-10). Portanto, nos primeiros anos, o termo “*trailer*” tinha um sentido mais literal: um pequeno filme rebocado pelo longa metragem principal²⁶.

Foi apenas a partir de 1919 que os *trailers* começaram a ser exibidos antes dos filmes. Neste mesmo ano é criada a NSS – *National Screen Service*, empresa voltada para a produção e distribuição de *trailers*. Posteriormente, a NSS começou também a controlar a produção e distribuição de um leque maior de materiais de divulgação de um filme: *trailer*, cartazes, fotos para toda a América. Segundo Kernan, no início de 1919 a NSS “fez anúncios brutos básicos de filmes de 35 milímetros a partir de fotos transferidas de filmes (sem a permissão dos estúdios) e os vendiam para os exibidores mostrarem após os filmes no cinema – daí o termo *trailers*. Os estúdios logo perceberam o potencial dos *trailers* e começaram a fornecer filmagens para a NSS.” (KERNAN, 2004, p.25)

Paul Lazarus,²⁷ em uma entrevista dada a Keith M. Johnston, em 5 de fevereiro de 1994, transcrita e reproduzida no apêndice 3 do livro *Coming Soon: Film Trailers and the Selling of Hollywood Technology*, afirma que a *National Screen Service* [N.S.S.] “foi criada como uma maneira de conseguir as oito grandes empresas fora do negócio de venda de *trailers* e cartazes e fotos de teatros individuais. Isso foi em 1918, quando essas empresas tinham que fazer tudo sozinhas ... Naquele tempo, todas as empresas tinham seus próprios departamentos de criação e produção de *trailers*... Como a NSS cresceu, se tornando uma empresa considerável representando toda a indústria, as empresas começaram a eliminar gradualmente os seus próprios departamentos de *trailers* e pediram à NSS para fornecer uma base de talentos em

²⁶ Embora desde 1919 os *trailers* não mais sejam exibidos ao final de longas metragens, o nome se manteve. Cabe notar que há dois outros termos em inglês que muitas vezes são usados associados a *trailers*: “*preview*” e “*coming attraction*”.

²⁷ Paul N. Lázaro, publicitário e produtor de filmes, começou sua carreira em 1933 e trabalhou na Warner Bros, United Artists, e Columbia. A partir de 1965, tornou-se vice-presidente executivo da *National Screen Service Corporation*.

cada estúdio que iria criar e produzir os *trailers*.” (LAZARUS, apud JOHNSTON, 2009, p. 171)

A próxima grande revolução ocorrida na história dos *trailers* se deu em 1927 quando foi produzido, para o longa metragem *The Jazz Singer*, o primeiro *trailer* com palavras faladas. *The Jazz Singer* foi o primeiro longa metragem, produzido pela Warner Bros, com o sistema sonoro *Vitaphone*, que possibilitava que as imagens do longa fossem exibidas sincronizadamente com o som (que incluía fala e canto) previamente gravado em um disco de acetato.²⁸



FIGURA 2: Fotograma do *trailer* de *Jazz Singer*.

O *trailer* falado do longa *The Jazz Singer* anunciava, com grande destaque, a grande novidade que o filme trazia; o espectador, ao assistir a esse filme, teria uma experiência absolutamente nova, sendo capaz de não apenas ver Al Johnson, mas também, através da invenção *Vitaphone*, ouvi-lo falar e cantar. Sem dúvida, a inovação tecnológica introduzida pela *Vitaphone* teve um profundo impacto não apenas nos longas metragens, para também na estrutura dos *trailers*.

Segundo Peter DeBruge, o *trailer* nasceu como a solução para algumas dificuldades enfrentadas, no início, nas salas de cinema: a dificuldade para limitar uma sessão e também para atrair o público. Rapidamente, os produtores perceberam que esta era uma forma bastante eficiente de seduzir e informar o público, porém,

²⁸ Cabe notar que, desde o início do cinema, muitas vezes pianistas apresentavam-se, ao vivo, durante a exibição de um filme. Já existia também a experiência de atores dublando canções, escondidos atrás das cortinas. Mas, o longa *The Jazz Singer* foi o primeiro longa produzido com fala e canto sincronizados gravados previamente em disco de acetato.

apesar de constituírem-se numa poderosa ferramenta de *marketing* cinematográfico, os *trailers* permaneceram, até pelo menos a década de 50, ainda bastante simples, sendo formados apenas de cenas principais do filme, um texto explicativo ou uma narração e o título do filme no final. Cabe, no entanto, pôr em relevo que mesmo entre esses *trailers*, produzidos nos cinquenta primeiros anos, encontram-se alguns clássicos, entre os quais se destacam aqueles de: Cidadão Kane (Orson Welles, 1941), e *Milagre da Rua 34* (George Seaton, 1947), que fazem também parte da lista dos 50 melhores *trailers* criada pelo *ifc.com*.

Embora, desde 1916, a produtora *Paramount*²⁹ já possuísse uma estrutura destinada à produção de *trailers*, foi só a partir de 1968, com o surgimento da *Kaleidoscope Films*,³⁰ uma das mais importantes produtoras desse setor de todos os tempos, que eles passaram a ser vistos como uma arte com necessidades específicas no universo cinematográfico.

A década de cinquenta assistiu a uma nova revolução tecnológica nos *trailers*. De acordo com Jorge Carrega, apoiado em Carlos Heredero e Casimiro Torreiro,³¹ “no início da década de 1950 o sistema dos estúdios enfrenta uma perda acentuada de espectadores que, segundo Douglas Gomery, teve como causas principais o *baby boom* do pós-guerra, a deslocação das famílias norte-americanas para os subúrbios das grandes cidades e a emergência da televisão enquanto meio de entretenimento de massa.” (CARREGA, 2013, p. 142) Na tentativa de resolver o problema de público, Hollywood criou uma nova maneira de filmar e exibir um filme no cinema: o *CinemaScope*.³²

Essa nova técnica de filmagem, a meu ver, influenciou a estética do *trailer* de

²⁹ Um dos principais estúdios norte-americano de cinema, fundado em 1912 por Adolph Zukor, inicialmente chamado *Famous Players Film Company*. Segundo Nelson Alves Barboza, em 1916, a *Famous Players* funde-se com a *Feature Play* e se torna a *Famous Players-Lasky Corporation*. Finalmente, em 1917, este estúdio passa a chamar-se de *Paramount*. (maiores detalher ver: BARBOZA, 2007, p. 8)

³⁰ Foi nesta produtora que a voz de Don La Fontaine, o mais famoso narrador de *trailers*, tornou-se mundialmente conhecida.

³¹ Ver: HEREDERO, C. F & TORREIRO, C. (Coord.) *História General del Cine* . volume X. Madrid: Ediciones Cátedra, 1996, p. 15-18.

³² O *cinemascope* foi uma tecnologia criada pelo 20th Century Fox que permitia, através de lentes anamórficas, filmar em *widescreen* e que o filme fosse exibido em uma tela maior e mais côncava do que a existente até então. O tamanho se alterou de 1.37:1 para 2.66:1 e assim era possível que o espectador visualizasse uma imagem mais realista e panorâmica.

Psicose, no qual Hitchcock apresenta o cenário de seu filme como se ele significasse um grande espetáculo.

De acordo com Johnston, a década de 50 foi marcada principalmente pelo uso de tecnologias de efeitos especiais para produzir um espetáculo visual dentro do *trailer* e foi nesta década que se viu “o primeiro floreio do seu potencial e a disseminação do seu uso”. (JOHNSTON. 2009, p. 22-23)

O *trailer* do filme *Psicose* fez parte da era de transição³³ que durou do início da década de 50 até 1975 e teve dois períodos distintos: o do domínio da *NSS* na década de 50, e o período de experimentação que durou de 60 até o início da década de 70.

1.2 20 ANOS DE TRAILERS HITCHCOCKIANOS

Até o ano de lançamento do filme *Psicose* Hitchcock nunca houvera feito um *trailer* com estrutura próxima a deste. Neste sentido, ele é duplamente inovador, constituindo-se como um marco na carreira de Hitchcock e também na história dos *trailers*. Para amparar este argumento, serão apresentados a seguir os *trailers* do diretor Hitchcock desde o seu primeiro longa-metragem dirigido nos Estados Unidos, cuja criatividade, contudo, não pode passar despercebida:

*Rebeca*³⁴ (1940) - Preto e branco – 2’20’’

Na primeira cena deste *trailer* é exibida uma placa com o nome do estúdio que produziu o longa metragem, enquanto uma narração em voz *over* anuncia “o retorno do filme mais glamuroso já feito” e menciona a participação do diretor Alfred Hitchcock. O mini-filme é composto por cenas do próprio longa metragem e a narração conta o enredo do longa e o compara com o romance homônimo (escrito por Daphne Du Maurier e publicado em 1938) em que foi baseado.

³³ Lisa Kernan, em seu livro *Coming Attractions – Reading American movie trailer*, divide a história dos *trailers* em três eras: era clássica (1927-1950), de transição (1950 -1975) e a era contemporânea (1975 até os dias de hoje).

³⁴ Primeiro longa metragem dirigido por Hitchcock nos Estados Unidos. No Brasil, recebeu o nome de *Rebecca, a mulher inesquecível*.

Foreign Correspondent (1940)³⁵ - Preto e Branco – 2'20''

O *trailer* se inicia com a manchete de um jornal que notifica o assassinato de um líder político e, em seguida, algumas sequências do filme são exibidas. Nos primeiros vinte e cinco segundos a cena do assassinato é exibida enquanto o narrador que é um dos personagens relata a notícia do crime. Outras cenas do filme são exibidas, o nome de Hitchcock é exibido na metade do *trailer* e, ao final, o elenco principal também é apresentado.

Mr and Mrs Smith (1941)³⁶ - Preto e Branco – 44''

O *trailer* de divulgação da primeira comédia do diretor tem uma estrutura diferenciada dos demais, pois é exibida apenas uma ilustração de cinco pessoas vistas de costas que aguardam o início de um espetáculo. O diálogo é mostrado através de balões de textos e o espectador ouve uma trilha musical muito semelhante a de espetáculos musicais. O destaque é dado ao casal de protagonistas (Carole Lombard e Robert Montgomery) que aparece em fotos e imagens estáticas do longa em questão, porém o nome do diretor não é mencionado.

Suspicion (1941)³⁷ – Preto e branco – 1'35''

A narração do *trailer* é feita pela atriz principal: Joan Fontaine, que olha diretamente para câmera como se estivesse conversando com o espectador e é criada uma alta expectativa para a conclusão dos acontecimentos comentados pela mesma sobre o personagem Johnny Aysgarth.

Saboteur (1942)³⁸ – Preto e branco – 1'53''

Neste *trailer*, composto por cenas de longa metragem intercaladas com a apresentação feita pelo personagem Barry Kane, não há narração. Este mini filme se inicia com um texto que afirma que o “mestre do inesperado trouxe uma história significativa para hoje”.

³⁵ No Brasil: *Corresponde Estrangeiro*.

³⁶ *Sr. e Sra Smith* foi título divulgado no Brasil.

³⁷ Título brasileiro: *Suspeita*.

³⁸ Título brasileiro: *Sabotador*.

Shadow of a doubt (1943)³⁹ – Preto e Branco – 1’20”

O pequeno filme de divulgação do longa metragem é composto por textos que se sobrepõem às cenas do longa e em algumas dessas cenas é possível ouvir o diálogo original.

Life Boat (1944)⁴⁰

O *trailer* deste filme não foi encontrado em nenhuma de nossas fontes.

Spellbound (1945)⁴¹ – Preto e Branco – 2’02”

Na primeira cena, o diretor aparece como figurante e o narrador diz para o espectador não se esquecer daquele homem; após essa pequena introdução, que será explicada ao final, cenas do filme são complementadas com as falas do narrador.

Notorious (1946)⁴² – Preto e Branco – 2’31”

No *trailer* deste filme há um destaque para o casal Ingrid Bergman e Cary Grant que é apresentado através da seguinte oração: “Já te emocionaram antes, mas nunca como dessa vez. Juntos pela primeira vez”. Textos e cenas do longa metragem se complementam para contar a narrativa do mesmo. Assim como em *Spellbound*, o nome do longa aparece como sendo um filme de Hitchcock (*Notorious’s Hitchcock*).

The paradine case (1947)⁴³ – Preto e Branco – 1’42”

O objetivo principal deste mini filme é apresentar o elenco: “o mais distinto elenco de estrelas da história das telas”. Após a apresentação do elenco, o narrador instiga o espectador sobre os personagens e cenas do longa são exibidas; apesar deste destaque, o nome do diretor não é mencionado nenhuma vez.

Rope (1948)⁴⁴ – Em cores – 2’24”

Este foi o primeiro *trailer* colorido de Hitchcock e possui uma estrutura diferente daquela do longa metragem: este foi filmado em planos-sequência em uma

³⁹ Título brasileiro: *A sombra de uma dúvida*.

⁴⁰ Título brasileiro: *Um barco e nove destinos*.

⁴¹ Título brasileiro: *Quando fala o coração*.

⁴² Em nossa pesquisa foram encontradas cinco versões para o *trailer* deste longa metragem, porém foi escolhido para esta apresentação aquele com a estrutura mais interessante e que teve sua divulgação feita de maneira ampla. Título brasileiro: *Interlúdio*.

⁴³ Título brasileiro: *Agonia de amor*.

⁴⁴ Título brasileiro: *Festim diabólico*.

locação interna e, no *trailer*, vemos *close-ups* e uma cena externa filmada exclusivamente para ele. O narrador é um dos personagens (Rupert, representado pelo ator James Stewart) que afirma que o acontecido com o personagem David Kentley mudou sua vida e de mais sete pessoas completamente. O título do longa é exibido quatro vezes.

Under Capricorn (1949) ⁴⁵

Este *trailer* não foi encontrado em nossas fontes.

Stage Fright (1950) ⁴⁶ – Preto e Branco – 2’50”

O destaque deste *trailer* é a premiação que a atriz Jane Wyman recebeu como a atuação mais popular daquele ano. A parceria da grande atriz com Hitchcock é evidenciada e as próprias cenas do longa criam uma pequena narrativa.

Strangers on a Train (1951) ⁴⁷ – Preto e branco – 2’30”

Cenas do longa intercaladas com as falas de um narrador e textos sobrepondo-se às imagens estruturam este *trailer*. O elenco é apresentado, através de *close-ups* dos mesmos, e o nome do diretor não é exibido.

I Confess (1953) ⁴⁸ – Preto e branco- 2’47”

Estrutura muito semelhante ao *trailer* do filme anterior, pois ambos são compostos por narração em voz *over*, além de pequenos textos e cenas do longa. Pela primeira vez, entretanto, os produtores anunciam a 'marca' de Hitchcock, o que mostra que o espectador já o conhecia por suas características e estética de filmar: “*With the brand of Alfred Hithcock burned into every scene.*”⁴⁹

Dial M for a murder (1954) ⁵⁰ – Em cores – 2’33

Neste *trailer*, o nome do diretor é a primeira informação que é exibida. Há dois narradores *voice over* (um homem e uma mulher) que se complementam e interagem com diálogos das cenas do longa, como é o caso de uma das falas do

⁴⁵ Título brasileiro: *Sob o signo de capricórnio*.

⁴⁶ Título brasileiro: *Pavor nos bastidores*.

⁴⁷ Título brasileiro: *Pacto Sinistro*.

⁴⁸ Título brasileiro: *A tortura do silêncio*.

⁴⁹ "Com a marca de Alfred Hitchcock gravada em cada cena".

⁵⁰ Título brasileiro: *Disque M para matar*.

narrador que dirige sua fala diretamente a uma das personagens (Margot). O principal objetivo é ressaltar o sucesso de crítica do filme.

Rear Window (1954)⁵¹ - em cores – 2'40''

Embora o longa metragem *Rear Window* tenha sido lançado antes do lançamento de *Psicose*, o *trailer* disponível deste longa faz menções ao filme de 1960. No início o espectador é recebido com a seguinte frase: “... *the producer and diretor who chocked the world with Psycho*”⁵² e, ao final, “*See it! If your nerves can stand it after Psycho*”.⁵³ Além do nome do diretor receber grande destaque, Hitchcock aparece de costas nos primeiros segundos do mini filme, como se estivesse em uma cena de bastidores da gravação do longa. Em um determinado momento, o protagonista aparece e olha diretamente para a câmera e fala com o espectador.

To catch a Thief (1955)⁵⁴ – em cores - 2'04''

O produtores utilizam o nome do diretor e do casal protagonista, Cary Grant e Grace Kelly e os prêmios recebidos, para estimular o espectador a assistir ao longa. A narrativa é montada a partir de cenas do longa e a cena do beijo entre os protagonistas é exibida através de um ângulo diferente ao do original no longa metragem.

The trouble with Harry (1956)⁵⁵ - em cores – 2'22''

Através da narração em voz *over*, o principal assassinato do longa é exibido nos primeiros minutos do *trailer* e a narrativa, novamente, é criada a partir das cenas do longa.

The man who knew too much (1956)⁵⁶ - em cores - 2'10''

O narrador deste *trailer* é o personagem Dr. Benjamin, interpretado pelo ator James Stewart que, ao contar a história do longa, olha diretamente para a câmera como se estivesse conversando com o público. As cenas de três assassinatos são exibidas.

⁵¹ Título brasileiro: *Janela Indiscreta*

⁵² O produtor e diretor que chocou o mundo com *Psicose* - tradução nossa.

⁵³ Veja isso! Se seus nervos suportarem isso depois de *Psicose* - tradução nossa.

⁵⁴ Título brasileiro: *Ladrão de casaca*.

⁵⁵ Título brasileiro: *O terceiro tiro*.

⁵⁶ Título brasileiro: *O homem que sabia demais*.

The wrong man (1957)⁵⁷ – Preto e Branco – 2’31’’

Após alguns *trailers* em cores, o *trailer* deste suspense é feito em preto e branco. Pela primeira vez, Hitchcock é quem faz a narração e apenas sua silhueta é exibida. A partir de cenas do longa, ele apresenta o personagem e a narrativa do filme.

Vertigo (1958)⁵⁸ - Em cores – 2’17’’

Com uma estrutura que já se tornara clássica nos *trailers* da época, este foi estruturado com o narrador em voz *over* e cenas do longa, ele se inicia com a página do dicionário que mostra o significado da palavra 'vertigem'. Ao final, o elenco é apresentado e há um texto divulgando a direção de Hithcock.

North by northwest (1959)⁵⁹ – Em cores – 2’09’’

Foram encontrados três *trailers* para este longa metragem. O primeiro deles tem a estrutura tradicional, como a maioria dos *trailers* anteriores, já no segundo a estrutura se diferencia bastante e pela primeira vez o diretor aparece e narra a história. Apesar de ele já ter aparecido em outras vezes, é a primeira em que o espectador consegue vê-lo e identificá-lo claramente, ele está dentro de um escritório contando a narrativa enquanto sua fala é complementada por cenas do longa durante 3 minutos e 14 segundos. A terceira versão de divulgação do filme foi exibida em preto e branco, com estrutura semelhante à da primeira versão, porém, com apenas um minuto de duração.

Psycho (1960)⁶⁰ - Preto e Branco – 6’30’’

Diferentemente de todas as peças anteriormente realizadas para divulgar os filmes, este tem o maior tempo de duração (seis minutos e trinta segundos), e nele não é exibida nenhuma cena do longa, apenas o próprio diretor caminhando pelas locações e narrando o que aconteceu, como já comentado anteriormente.

Ao longo desses vinte anos dirigindo filmes nos Estados Unidos Hitchcock construiu uma marca sólida. A maioria de seus filmes eram filmes que envolviam

⁵⁷ Título brasileiro: *O homem errado*.

⁵⁸ Título brasileiro: *Um corpo que cai*.

⁵⁹ Título brasileiro: *Intriga internacional*.

⁶⁰ Título brasileiro: *Psicose*.

suspense, mistério e a relação de algum casal e o público tinha conhecimento desses elementos antes mesmo de conferirem os longas, eles tinham acesso a essa informação quando assistiam aos seus *trailers*.

1.3 O MERCADO CONTEMPORÂNEO

Contemporaneamente, os *trailers* consistem em várias pequenas cenas do filme, com uma linguagem própria, rápida, similar a de um videoclipe⁶¹. Nos Estados Unidos existem inúmeras empresas dedicadas à produção de *trailers*. Segundo Mondrala, produtor-chefe da produtora norte americana *Ant Farm* em reportagem à *NY Times Magazine*, “os diretores não podem ser, sozinhos, os responsáveis pela produção dos *trailers* de seus próprios filmes, pois são muito apegados a todos os trechos de sua obra”. Contudo, apesar de serem as responsáveis pela realização dos *trailers*, estas produtoras não deixam de dialogar com o produtor e o diretor do filme. Uma das produtoras mais conhecidas dos Estados Unidos é a *Magic Box Music*.⁶²

No Brasil, o interesse pelo *marketing* cinematográfico ainda não é muito expressivo e não há produtoras especializadas em produção de *trailers*. Usualmente a responsabilidade pela produção dos *trailers* brasileiros é das distribuidoras do filme em questão ou das produtoras de vídeos publicitários. Durante alguns anos estiveram ativas várias produtoras dedicadas à realização de *trailers*, contudo, mais recentemente, elas não disponibilizaram nenhum produto na internet, como é o caso da produtora *VFilmes*, a maior criadora de *trailers* e que também produz outros materiais audiovisuais.

De acordo com a equipe da empresa *Espaço/Z*⁶³, uma das poucas empresas no Brasil com foco no mercado cinematográfico - esta empresa trabalha para as distribuidoras de cinema, como a *Fox*, *Sony* e *Paramount*, mas não tem contato com a equipe de produção e o diretor do filme.

⁶¹ E, desde 1999, acontece uma premiação anual para os melhores *trailers*: o *Golden Trailer Awards*, nos Estados Unidos. Há hoje inclusive alguns *sites* especializados em cinema que se dedicam a fazer *rankings* dos melhores *trailers* da história. Dentre estes, destaca-se o *site* do *Independent Film Channel*, que lista desde *trailers* de filmes clássicos e consagrados até os mais recentes.

⁶² Realizadora dos *trailers* de *Transformers*, *Homem Aranha 3*, *Piratas do Caribe 3*, e a série completa de *Harry Potter*.

⁶³ Empresa especializada em marketing de entretenimento com foco no mercado cinematográfico.

Após o filme pronto, o diretor não se envolve com as estratégias de distribuição da obra para as salas de cinema, isso é papel da empresa distribuidora. Os *trailers* também não são feitos aqui na agência, eles já chegam prontos. Normalmente, nós recebemos materiais exclusivos da distribuidoras, como fotos dos personagens, a fonte usada no título do filme, e assim montamos as peças de divulgação e fazemos a negociação para divulgar esse lançamento em mídias exteriores e nos cinemas. Em filmes nacionais, também temos a oportunidade de criar os cartazes oficiais⁶⁴.

As principais empresas especializadas na produção de *trailers*, as chamadas *Trailer Houses*, estão localizadas nos Estados Unidos, como dissemos, porém, na Europa há também inúmeras empresas destinadas a esse tipo de produção, como, por exemplo, a *CinemaCopain* em Zurich, na Suíça, e a *Creative Partnership*, a *The Edit pool Ltd* e a *Empire Design*, em Londres. Além desses principais pólos de produção cinematográfica, é possível encontrar ainda empresas deste ramo em outros países, como é o caso do México, com a *Art Kingdom*.

Em 1970, o *trailer* deixou de ser exibido apenas nas salas de cinema e passou a ser exibido também na televisão. Como já destacado, hoje, a divulgação do lançamento de um filme tornou-se muito mais ágil e atua em diferentes plataformas de mídias: na televisão, no rádio, na mídia impressa e, especialmente, na internet. Vários filmes têm seus próprios *sites* promocionais de divulgação, publicidade televisiva, e muitos críticos escrevem sobre o tema em revistas e jornais.

Um emblemático exemplo disso foi o lançamento, em 2012, do filme *Prometheus* (Ridley Scott, 2012). Os realizadores desse filme utilizaram, além de formatos antigos, novos formatos para divulgar o seu lançamento, os principais foram os vídeos promocionais na internet que acabaram por se tornar um *marketing* viral⁶⁵.

⁶⁴ Comentário da equipe da agência Espaço/Z em uma entrevista via *web*.

⁶⁵ A estratégia de divulgação de um produto através de virais não é nova. De fato, nos últimos quinze anos inúmeras empresas, de diferentes ramos, têm utilizado esta nova ferramenta de propaganda: o *marketing* viral. O *marketing* viral, segundo Helm, “pode ser entendido como um conceito de comunicação e distribuição que conta com os consumidores para transmitir um produto digital, via correio eletrônico para outros potenciais consumidores de sua esfera social, motivando estes contatos a também retransmitirem este produto.” (HELM, 2000, *apud* SKROB, 2005, p. 05) Neste tipo de propaganda, o material promocional de um dado produto é retransmitido gratuitamente pelos próprios consumidores através de diferentes ferramentas eletrônicas como *sites*, redes sociais e correio eletrônico. Assim, os clientes atuam como anunciantes na promoção do produto. Jurvetson e Draper, *apud* Skrob, (2005, p.05) definem *marketing* viral como uma “rede avançada de boca em boca”. Pelo fato desta divulgação ser feita pelos consumidores, ela se reveste da face de uma recomendação pessoal, gerando um alto grau de credibilidade.

Ao visualizar o *site* da indústria (ambientada no filme) criado exclusivamente para esse longa, o espectador conhece um mundo que não é tão explorado no filme, além da possibilidade de realizar seu registro através das redes sociais, publicando conteúdos extraídos diretamente do mesmo.

De fato, como afirma Jenkins,

Cada vez mais, as narrativas estão se tornando a arte da construção de universos, à medida que os artistas criam ambientes atraentes que não podem ser completamente explorados ou esgotados em uma única obra, ou mesmo em uma única mídia. O universo é maior do que o filme, maior até do que a franquia – já que as especulações e elaborações dos fãs também expandem o universo em várias direções. (JENKINS, 2008, p. 158)

Um formato novo que os produtores do filme *Prometheus* ainda trouxeram foi o *announcement teaser* (no caso, três *teasers* que anunciavam o *trailer*), que foram divulgados três dias antes do *trailer* oficial ser lançado, um a cada dia.⁶⁶ Todos eles têm a mesma estrutura: são 30 segundos de imagens do diretor falando sobre o filme intercaladas com cenas do *making of*, com o texto: “em 3 dias o retorno de Ridley Scott ao gênero, que ele redefiniu, recebe um exclusivo primeiro olhar no *trailer* de estreia mundial”, estrutura que faz lembrar a do *trailer* de *Psicose*, aqui em análise. Além de vídeos de alguns dos próprios personagens falando sobre si mesmos, o contribuiu para que espectador entendesse melhor a presença de cada um deles no longa.

Embora reconhecendo a importância dessa forma de publicidade, os *trailers* continuam, a meu ver, a ocupar lugar privilegiado no sistema de *marketing* de cinema, atingindo de maneira precisa seu público primário – quem frequenta as salas de cinema. De acordo com Augros, (2000, p.133) um *trailer* bem programado no planejamento de mídia pode atingir 25% do público-alvo a que se destina o filme e, segundo Vinzenz Hediger, *apud* Carneiro dos Santos: (2009, p.20) “apesar dos altos custos atuais, o *trailer* é um bom negócio. Em média, segundo ele, os *trailers*

⁶⁶ O quarto *announcement teaser* foi lançado para anunciar um novo *trailer*. Neste *announcement teaser*, cenas do filme são intercaladas pelo texto: “prepare-se para a experiência do novo *trailer* do filme mais antecipado do ano”. Além disso, foram lançados outros *teasers*, divulgados em *sites* destinados a fãs de cinema e no próprio canal do filme no *Youtube*, com os próprios atores do filme divulgando a estreia do *trailer*.

consomem cerca de 4,5 por cento dos orçamentos dos filmes, mas são responsáveis diretamente por cerca de 20 por cento de sua audiência”.

Para Neves dos Santos, (2004) é possível fazer duas distinções em tipos de *trailers*: o *teaser* (aquele que não mostra muito do produto em si, serve apenas para instigar a curiosidade do público) e os conhecidos *trailers*, nos quais tem-se uma sinopse do filme. Atualmente, vemos nos *trailers* vários modos construtivos sendo explorados: muitas vezes há a presença de um narrador que relata os fatos que ocorrem na história e não interage com os personagens, sendo apenas um narrador que divulga o filme, outras vezes, porém, há apenas a representação e os acontecimentos ocorrem diante de nossos olhos:

- Narração que complementa a representação. Um exemplo desse modo de apresentação é o *trailer* produzido para a divulgação, no Brasil, do filme *Lincoln*⁶⁷ (Steven Spielberg, 2012). Este *trailer* possui cenas do próprio longa (com os diálogos originais) intercaladas com a fala (através de textos) do narrador.

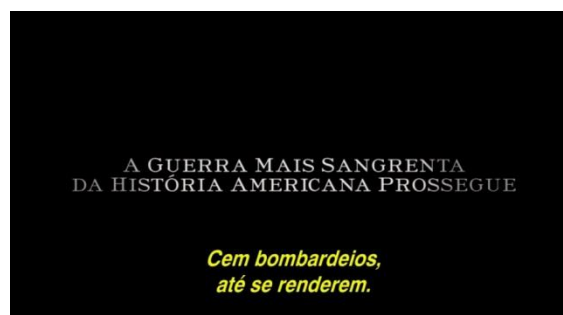


FIGURA 3 – Fotograma do *Trailer* produzido para a divulgação, no Brasil, do filme *Lincoln*.

- Representação pura. Neste caso não existe a presença de um narrador, como ocorre no *trailer* do filme *Hitchcock* (Sasha Gervasi, 2012), lançado no Brasil em 2013. A narrativa desse mini-filme é feita a partir de diálogos e cenas do próprio longa-metragem.

⁶⁷ O longa metragem foi lançado em 2012 nos Estados Unidos, porém sua estreia ocorreu apenas em 2013 no Brasil.



FIGURA 4 – Fotograma do *trailer* do filme *Hitchcock*.

Nessa mesma direção, há ainda, por exemplo, o inovador *trailer* da animação *Aviões*⁶⁸ (Klay Hall, 2013), em que não há diálogos, nem narração, há apenas a exibição de cenas do longa e uma trilha musical constante.



FIGURA 5 - Fotograma do *trailer* da animação *Aviões*.

É importante ressaltar que os *trailers* dos dias atuais, na maioria dos casos, possuem mais de um *trailer* produzido para a divulgação do filme. Um exemplo é a campanha de *marketing*, por *trailers*, que foi realizada para o lançamento da animação *Rio* (Carlos Saldanha, 2011), no Brasil. Foram desenvolvidos dois *trailers* com abordagens e narrativas diferentes. Na primeira versão de *trailer*, a história principal diz respeito à necessidade das duas últimas araras azuis do mundo se encontrarem: Blu e Jade. No interior desta história se encaixam duas outras: o tráfico de aves e a fuga dos protagonistas dos traficantes de aves e a narrativa se inicia com a cena do personagem do cientista Túlio explicando para Linda (amiga e dona de Blu) a importância de sua arara azul ir ao Brasil, onde se encontra o outro último exemplar da espécie azul das araras, questão esta extremamente importante para o desenrolar do longa. Já na segunda versão, sua história principal destaca o relacionamento de duas araras azuis, Blu e Jade, e o fato de Blu não saber voar, o que deixa Jade muito incomodada. Esta versão tem por opção mostrar às crianças que elas podem aprender a dominar um medo e conquistar algo.

⁶⁸ O longa foi produzido nos Estados Unidos e seu nome original é *Planes*.



FIGURA 6 – Fotograma do trailer do filme *Rio*.



FIGURA 7 – Fotograma da versão 2 do trailer do filme *Rio*.

Outro dado importante sobre os diferentes formatos de *trailers* é que um mesmo filme pode ter uma versão diferente em cada país onde é exibido. Entendo que isso acontece devido a diferentes percepções e contextos do público. Um exemplo foram os *trailers* produzidos para a divulgação do filme *Tropa de Elite 2* (José Padilha, 2010). Além da versão brasileira, outras duas merecem destaque, aquelas realizadas pelas distribuidoras *Revolver Entertainment* e *Variance Films*.

A versão brasileira, realizada por Daniel Rezende, tem como ponto central a narração feita pelo protagonista: Coronel Nascimento. Quanto à versão realizada pela *Revolver Entertainment*, ela dá especial destaque para os prêmios recebidos, críticas e participação em festivais. Nessa versão desaparece a figura do narrador, que é substituída por textos que explicam a narrativa, intercalados com cenas do filme. A versão distribuída pela *Variance* segue o mesmo padrão e ritmo dos *trailers* de filmes de ação norte americanos. Sua montagem é muito mais acelerada, com cenas curtas e diálogos rápidos e o narrador aparece por meio de textos complementares à ação.



FIGURA 8 – Fotograma da versão da *Variance Films* para o trailer do filme *Tropa de Elite 2*.



FIGURA 9 – Fotograma da versão brasileira do trailer do filme *Tropa de Elite 2*.

Cabe retomar, para finalizar, que a década de 1960 foi uma década de inovações para a cinematografia, diretores “lançaram” novos estilos de filmar e os *trailers* fizeram parte desse *novo estilo*. O trailer de *Psicose* faz parte da fase que Lisa Kernan classifica como *era transitória* que se estende durante vinte e cinco anos: de 1950 a 1975. Ela ainda completa que, na década de 60, os filmes passaram de grandes orçamentos para o ressurgimento dos baixos orçamentos e isso fez com que as indústrias demonstrassem um “profundo questionamento de como atrair públicos cada vez mais segmentados.” (KERNAN, 2004, p.121).

CAPÍTULO 2

PSICOSE: EM BREVE EM UM CINEMA PERTO DE VOCÊ

A construção desse filme [*Psicose*] é muito interessante e é minha experiência mais apaixonante de jogo com o público. Com *Psicose*, fiz a direção dos espectadores, exatamente como se eu tocasse órgão. (Hitchcock)⁶⁹

O diretor inglês Alfred Hitchcock (1899-1980), além de ser aclamado pelo público como um grande diretor, é também identificado como o “mestre do medo e do suspense”. Aliás, o próprio Hitchcock se reconhecia como um especialista em *thriller*, *mistério e suspense*, como revela na entrevista dada a François Truffaut. Diz ele (2004, p.91): “Nunca trabalhei bem ao colaborar com um escritor especializado como eu no mistério, no *thriller* ou no suspense.”.

Aumont e Marie, ao discutirem a palavra inglesa ‘*suspense*’, afirmam que: essa palavra, “ela própria prima da francesa *suspens*, passou sem modificações para a língua inglesa [assim como para o português], principalmente a partir da obra, cinematográfica e crítica, de Alfred Hitchcock”. (AUMONT & MARIE, 2006, p. 281)

Alfred Hitchcock iniciou sua carreira no cinema desenhando ilustrações nos letreiros⁷⁰ de filmes para a filial inglesa da firma americana *Famous Players-Lasky*, da *Paramount*, sua primeira contratante. Dado seu talento, logo se tornou chefe, ele trabalhou no setor de montagem dos longas, onde escrevia as legendas, mas também reescrevia, quando necessário, as que já estavam escritas no roteiro. Foi durante este trabalho que o diretor inglês aprendeu a escrever roteiros.

Quando a *Famous Players* parou sua produção na Inglaterra, ela alugou seus estúdios para produtores britânicos e Hitchcock foi incorporado a esta nova equipe, quando então passou a trabalhar para os produtores britânicos, ocasião em que fez

⁶⁹ HITCHCOCK, in: TRUFFAUT & SCOTT, 2004, p. 275.

⁷⁰ *Letreiros* ou intertítulos eram as legendas dos diálogos dos filmes mudos. Cabe notar que, nesta época, os letreiros eram geralmente ilustrados com um pequeno desenho. Por exemplo, diz Hitchcock: “se o letreiro dizia ‘nessa época Georges levava uma vida devassa’, embaixo desta legenda eu desenhava uma vela com uma chama em cada ponta. Era muito ingênuo”. (TRUFFAUT & SCOTT, 2004, p.35)

parte da equipe do filme *Always tell your wife* (Hugh Croise, 1923). Contudo, durante as filmagens ocorreu uma briga entre o produtor Michael Balcon⁷¹ e o diretor do filme, após a qual Hitchcock foi convidado pelo produtor para ajudá-lo na finalização do filme. Nesta ocasião, Balcon já havia alugado os estúdios e Hitchcock tornar-se-ia assistente de direção da companhia.

No início de sua carreira neste grupo, em 1922, Hitchcock se ofereceu para escrever o *script* da recriação da peça *Woman to Woman* para o cinema, cujos direitos a nova companhia de Balcon havia comprado para seu novo longa-metragem. Neste filme, dirigido por Graham Cutts, Hitchcock trabalhou como autor dos diálogos, assistente de direção e cenógrafo, além de recriador da obra. De fato, neste filme, ele participou de toda produção. Após a conclusão desse primeiro trabalho, ele exerceu diferentes funções em inúmeros outros filmes.

Em 1925, Hitchcock foi convidado por Michael Balcon para seu primeiro trabalho como diretor em *The Pleasure Garden*⁷² (1926), cujo enredo traz um melodrama baseado em um romance de Oliver Sandys.⁷³ No ano seguinte, o diretor rodou seu segundo filme: *The Mountain Eagle*. Contudo, nestes primeiros filmes, a marca que o consagraria ainda não havia sido impressa. Foi somente com o filme *The Lodger: A story of the London fog* (*O Inquilino Sinistro*, 1927), que o ‘Hitchcock Picture’ apareceu de verdade, trazendo as primeiras características de um gênero que se tornaria uma constante em seus filmes.

Segundo Silva, o estilo de Hitchcock de produzir suspense tem quatro traços essenciais:

- a) o enunciatário sabe mais do que os atores enunciados no discurso fílmico; aqui, o conhecimento é diferente entre o enunciatário (espectador) e os atores enunciados (personagens);
- b) a montagem deve fluir com a ação, pois cada plano é dotado de uma intensidade; nesse quesito, importa intensificar a ação; os planos devem ser organizados para que todas as cenas sigam o mesmo princípio de formação, de ordem;

⁷¹ O produtor inglês que iniciou sua carreira na década de 20 e ficou conhecido pelos seus trabalhos nos estúdios *Ealing*.

⁷² Filme mudo, rodado em Munique, que conta a história de uma bailarina do teatro *Pleasure Garden*.

⁷³ Pseudônimo de Marguerite Florence, escritora e roteirista britânica que escreveu mais de cem romances.

c) o enunciatário é manipulado para que tenha compaixão pelos atores enunciados no discurso fílmico;

d) há uma estética do voyeurismo, diluída, que envolve o enunciatário sem que ele se dê conta; como decorrência temos a ambiguidade entre o olhar objetivo e o olhar subjetivo, a qual envolve tanto os atores no enunciado fílmico quanto o enunciatário.” (SILVA, 2011, p.240-1)

De 1925 a 1975, Hitchcock dirigiu cinquenta e três longas metragens, sendo nove filmes mudos e quarenta e quatro falados. Ao analisarmos os filmes falados do diretor, podemos notar que em sua grande maioria o gênero policial/suspense está presente e em muitas de suas narrativas existe um elemento comum: um terrível crime.

O filme *Psicose*, lançado em 1960, baseou-se no romance policial *Psicose*, escrito pelo autor norte americano Robert Bloch e publicado em 1959. Este livro foi baseado em um caso real sobre um *serial killer*, chamado Ed Gein, que ficou conhecido em *Plainfield*, uma pequena cidade do interior dos Estados Unidos, pelos seus crimes hediondos, entre os quais aquele que cometeu quando assassinou Berenice Worden, dona de uma loja de ferramentas, e manteve pedaços de seu corpo expostos em sua própria casa.



FIGURA 10 : Capa do livro *Psicose* publicado em português.

Curiosamente, o psicopata, Ed Gein, mantinha o quarto de sua mãe, morta há anos, intacto e absolutamente fechado. Gein também foi acusado de ter em sua casa ossos, pele, pedaços do corpo de suas vítimas, além de canibalismo, travestismo, roubo de cadáveres e uma relação de incesto com sua própria mãe.

Inspirado nesse crime, Bloch escreveu seu romance policial, *Psicose*, contando a história do personagem Norman Bates: um homem psicopata que há muitos anos mora com sua mãe, que o controla e o trata como se ainda fosse uma criança.

No ano seguinte à publicação deste livro, e após 20 anos do seu primeiro filme rodado nos Estados Unidos, o diretor Alfred Hitchcock comprou os direitos de recriação do romance para o cinema. Este filme, extremamente polêmico para a época, tornar-se-ia um dos seus principais e certamente um dos mais influentes filmes da história do cinema. O filme conta a história de uma mulher, chamada Marion, que rouba 40 mil dólares de um cliente da imobiliária onde trabalha, para ir viver com seu amante, durante sua fuga, devido à forte chuva na estrada ela decide hospedar-se em um motel, porém ali ela é assassinada. Devido ao desaparecimento de Marion, sua irmã e seu amante decidem ir em busca de informações sobre ela e os possíveis culpados por isso, a fim também de resgatar o dinheiro roubado e poder devolvê-lo ao seu dono.

Diz-se que, assim que o diretor comprou os direitos do livro, retirou do “mercado” todos os exemplares disponíveis para que assim se mantivesse o suspense no ar quando seu filme fosse para as telas.

Embora Hitchcock estivesse no auge de sua carreira, vindo de sucessos como *Um corpo que cai* (*Vertigo*, 1958) e *Intriga Internacional* (*North by Northwest*, 1959), muitos consideraram a história impensável para o cinema e não acreditaram no possível sucesso do longa, pois a história parecia chocante e repulsiva demais para ser mostrada. Hitchcock preferiu que fosse filmado em preto e branco, pois o sangue e a cena do assassinato seriam muito chocantes se fossem em cores.

O mestre do medo e do suspense, Hitchcock, imprime no *trailer* do filme *Psicose* características intrínsecas que serão abordadas e analisadas durante este

capítulo. O diretor consegue dizer muito sobre o filme, mas ao mesmo tempo não dizer nada e deixar que o espectador fique ansioso para saber o que de fato aconteceu na história que ele menciona durante o *trailer*.

2.1 O TRAILER DO MAIOR SUCESSO DE HITCHCOCK

O *trailer* do filme *Psicose* tem duração de seis minutos e trinta segundos e, assim como o filme, foi rodado em preto e branco. O pequeno filme tem apenas um personagem-narrador, o próprio diretor, que nos apresenta uma casa e um motel onde haviam acontecido dois crimes. Ele constitui um marco na história dos *trailers*, a meu ver, por dois motivos principais: a) a presença do diretor, já famoso, como personagem constituinte da diegese do *trailer*; b) nenhuma cena do filme propriamente dito é mostrada.⁷⁴

Neste *trailer*, Hitchcock nos “escolta” em um *tour* pela locação de seu novo filme e descreve de maneira realista os cenários onde o longa metragem foi filmado, que incluem:

- a) O motel e o quarto em que a personagem fica hospedada e é assassinada.
- b) A velha casa de Norman Bates (dono também do hotel).

Nele encontramos a presença de dois narradores: o narrador *over* que divulga o filme e o próprio diretor do filme que aparece em cena enquanto personagem-narrador, já dito anteriormente.



⁷⁴ Encontramos no *trailer* de *Psicose* uma estrutura relativamente parecida com a do *trailer* de *Cidadão Kane* (Orson Welles, 1941), no qual ouvimos a voz *off* do diretor que apresenta o elenco do longa (em situações de *backstage*) e uma sinopse da história, sem referências a cenas, nem às locações do longa.

FIGURA 11: Voz *over*: “O fabuloso Sr. Alfred Hitchcock está presetes a escoltar você.”⁷⁵



FIGURA 12: Voz *over*: “em um *tour* pela locação do seu novo filme *Psicose*.”⁷⁶

É interessante observar que um dos primeiros verbos utilizados pelo narrador-divulgador é o “acompanhar/escoltar” (*to scort*). O verbete insinua que o espectador será acompanhado com o intuito de ser protegido, fato esse que já cria os primeiros indícios que ele adentrará em um ambiente ameaçador.

Sem detalhar os personagens e as motivações de suas ações, o ‘fabuloso Sr. Hitchcock’ inicia o *trailer*, com a voz pausada e pretensamente séria que o caracterizou, e a seguinte afirmação:

“Boa tarde. Eis aqui um motel muito tranquilo, escondido da estrada principal e, como se vê, com aspecto perfeitamente inofensivo, embora agora tenha ficado conhecido como a *cena de um crime*.” (Grifo nosso)

“Este motel também tem, em anexo, uma velha casa, que é, se me permite, um pouco mais sinistra que o motel propriamente dito. E nesta casa, decorreram *os acontecimentos mais terríveis, mais tenebrosos*.” (Grifo nosso)

De acordo com J. Pouillon, tal qual descrito por Todorov no texto *As categorias da narrativa literária*, é possível classificar a relação narrador e personagem de três diferentes maneiras:

a) Narrador > Personagem (A visão por “trás”);

b) Narrador = Personagem (A visão “com”)

c) Narrador < Personagem (A visão de “fora”).

No caso do narrador que efetivamente narra a história neste *trailer*, essa relação pode ser classificada como o narrador sendo maior que o personagem, ou seja, sabe mais informações do que os personagens que ele está apresentando.

Nesse *trailer*, o diretor consegue dizer muito sobre os elementos do filme, despertando a curiosidade do espectador sobre os desdobramentos dos fatos ali relatados. O diretor constrói a narrativa do *trailer* fazendo ver ao público que ele é uma peça do suspense que constitui o filme. “Na forma originária do suspense, é indispensável [diz Hitchcock, na entrevista a Truffaut] que o público esteja perfeitamente informado dos elementos presentes. Do contrário, não há suspense.” (HITCHCOCK, *in*: TRUFFAUT & SCOTT, 2004, p. 75)

Assim quando, no *trailer*, Hitchcock anuncia a ocorrência de *um crime e de acontecimentos terríveis*, o diretor cria um clima de expectativa e curiosidade: o espectador, ao entrar na sala de cinema para ver o filme, já sabe que presenciará um ou mais crimes. Isto não será, a ele, surpresa. Contudo, durante todo o filme o espectador estará submetido a um clima de mistério, medo, tensão, suspense, nele provocado anteriormente pelo *trailer*.

Cabe destacar que, para Hitchcock, há uma diferença precisa entre surpresa e suspense. E ele comenta esta diferença nos seguintes termos:

É frequente que haja nos filmes uma confusão entre essas duas noções. Estamos conversando, talvez exista uma bomba debaixo desta mesa e nossa conversa é muito banal, não acontece nada de especial e de repente: Bum, explosão. O público fica surpreso, mas, antes que tenha se surpreendido, mostram-lhe uma cena absolutamente banal, destituída de interesse. Agora, examinemos o suspense. A bomba está debaixo da mesa e a plateia sabe disso, provavelmente porque viu o anarquista colocá-la. A plateia sabe que a bomba explodirá à uma hora e sabe que faltam quinze para uma – há um relógio no cenário. De súbito, a mesma conversa banal fica interessantíssima porque o público participa da cena. Tem vontade de dizer aos personagens que estão na tela: “você não deveriam contar coisas tão banais, há uma bomba debaixo da mesa, e ela vai explodir”. No primeiro caso oferecemos ao público quinze segundos de surpresa no momento da explosão. No segundo caso, oferecemos quinze minutos de suspense. Donde se conclui que é necessário informar ao público sempre que possível, a não ser quando a surpresa for twist, ou seja quando o inesperado da conclusão

constitui o sal da anedota. (HITCHCOCK, *in*: TRUFFAUT & SCOTT, 2004, p. 77)

O *trailer* de *Psicose* constitui precisamente este elemento, parcialmente informado, que cria a expectativa de suspense no espectador. Há ainda, no *trailer* de *Psicose*, assim como no filme, claramente uma estética do voyeurismo, característica essa muito comum nos filmes de Hitchcock, como já apontado, estética amplificada pelo fato de sermos escutados pelo próprio diretor ao interior da ação e ao cerne da trama: os acontecimentos tenebrosos. Vale lembrar que [no *trailer*] nenhum personagem é conhecido pelo público e a única referência direta a cenas do longa é a visão em plano médio, acompanhado do grito, da jovem antes de ser assassinada. Convém destacar ainda que a cena utilizada no *trailer* é interpretada por outra atriz, essa cena não faz parte do longa e, nela, o chuveiro está desligado. Tudo parece ter sido idealizado de forma a não desvendar [no *trailer*] o momento e o desenrolar da sequência do filme.



FIGURA 13 – Fotograma da cena do chuveiro do *trailer*.



FIGURA 14 - Fotograma da cena do chuveiro do longa metragem.

No fotograma da cena na *trailer* (fig. 12) nota-se o claro-escuro da foto, na do longa (fig. 13) a câmera está na diagonal, na direção para a qual os olhos dela estão

voltados. A dramaticidade é reforçada pelo grafismo da água que cai do chuveiro e também escorre pelos cabelos e rosto dela.

2.2. A PRESENÇA DO HITCHCOCK EM CENA NO *TRAILER*

A presença do diretor em cena já se tornara um traço típico de suas produções audiovisuais. Em diversos filmes, fez pequenas participações, muitas vezes imperceptíveis, como em *Blackmail (Chantagem e confissão, 1929)* e *Lifeboat (Um barco e nove destinos, 1944)*. Nas cenas, o diretor ora interagia com a *mise-en-scène*, ora, como em *Vertigo (Um corpo que cai, 1958)*, ele apenas cruza a cena. Essa marca ganhou destaque quando Hitchcock dirigiu e apresentou a série televisiva intitulada *Alfred Hitchcock Presents*.

A série, exibida a cada domingo no canal CBS, tinha duração de trinta minutos e contava “histórias curtas do tipo *thriller* ou suspense que, se fosse necessário, poderiam incorporar elementos fantásticos (...)”. (PAZ, 1999, p.90) O elemento comum a todas elas era um final *surpreendente* ou *irônico*. (Grifo nosso) Embora alguns episódios não fossem do gênero suspense, o diretor tinha “um especial interesse por histórias centradas em personagens ordinários envoltos pelo desejo, destino ou azar em situações estranhas e rocambolescas”. (idem)

O diretor conseguia introduzir em sua estrutura narrativa os anúncios de publicidade das empresas que o financiavam, a exemplo do que acontece no primeiro episódio da série, intitulado *Revenge*, em que ele interrompe seu discurso para nos contar que os atores necessitam de alguns minutos a mais para terminarem de se arrumar e por isso a publicidade será inserida.

Nessa produção, o diretor apresentava semanalmente uma nova história de mistérios e crimes, proferindo um discurso que instigava o espectador a assisti-la e acompanhá-la. Ao final do episódio, o diretor comentava a história e convidava o espectador a assistir a série na semana seguinte. Devido à mesma, o diretor ganhou uma maior popularidade entre o público, como ele recorda:

*Antes de la televisión, yo recibía alrededor de una docena de cartas a la semana. Ahora recibo cientos... Llevo treinta años dirigiendo películas, pero precisamente el otro día oí por casualidade a una dama decir: Es Alfred Hitchcock, el de la televisión.*⁷⁷ (SCHATZ, 1992, apud PAZ, 1999, p. 45)

A popularidade do diretor cresceu ao longo dos anos e das temporadas da série, principalmente pelo sucesso que a mesma obteve. No final de 1956, ano seguinte à sua estreia, a série televisiva foi eleita como a quarta melhor série pelo sistema *Nielsen* e, dois anos depois, foi premiada com o *Golden Globe* por ser considerada a melhor série televisiva.

Em 1959, a *Nielsen* realizou novamente uma pesquisa e a série ainda possuía um número alto de audiência, obtendo o sétimo lugar, com 21.2 pontos de audiência:

*Rating Nielsen:*⁷⁸

1. <i>Gunsmoke</i>	30,8
2. <i>Have Gun-Will Travel</i>	26
3. <i>Rifleman</i>	24,3
4. <i>I've got a secret</i>	21,7
5. <i>Peter Gunn</i>	21,5
6. <i>Best of Grouch</i>	21,3
7. <i>Alfred Hitchcock Presents</i>	21,2
8. <i>Joseph Cotton</i>	20
9. <i>Wyatt Earp</i>	20
10. <i>Frontier Justice</i>	19,8

TABELA 1 – *Ranking* de audiência dos programas televisivos americanos em 1959.

Fonte: PAZ, 1999, p.65.

⁷⁷ “Antes da televisão eu recebia ao redor de dezenas de cartas por semana. Agora recebo centenas... Levo trinta anos dirigindo filmes, mas precisamente outro dia ouvi por casualidade uma mulher dizer << É Alfred Hitchcock, o da televisão.”

⁷⁸ Sistema que mensura a audiência de programas televisivos, desenvolvido pelo *Nielsen Media Research*.

O sucesso de público conferiu à série apresentada por Hitchcock a permanência em sete temporadas, ganhando um novo nome em 1962: *Hitchcock Hour*. Essa série foi, de certa maneira, uma inspiração para o filme *Psicose* e o diretor utilizou parte da equipe e cenários para a realização do mesmo. A cena em que Marion Crane encontra o policial na estrada, enquanto fugia com o dinheiro que acabara de roubar, foi filmada e construída de maneira muito semelhante a uma cena de um dos episódios da segunda temporada da série: *On more mile to go*.



Figura 15- Fotograma da fuga da personagem no episódio *On more mile to go*.

Quanto à estrutura do *trailer*, ela parece ter sido influenciada pelas estruturas utilizadas nas apresentações dos episódios da série e em algumas narrativas fílmicas realizadas anteriormente pelo diretor. O traço principal dessa estrutura é a teatralidade: “O teatro é uma prática que supõe um “lugar calculado” do qual se observam as coisas.” (BARTHES, *apud* XAVIER, 2003 p.61)

A maneira como o diretor se relaciona com o espectador nessas produções o transforma em um espectador participativo daquela narrativa em questão: Hitchcock olha diretamente para a câmera, o que estabelece o diálogo direto – e cumplicidade – do diretor com seu público. Ambas as produções, *trailer* e série, foram escritas pela mesma pessoa: James Allardice, o *trailer* foi filmado por Rex Wimpy, após o final das gravações.

2.3 O PÚBLICO O RECONHECE, ÀS PERSONAGENS, NÃO.

De acordo com Altman, uma vez que o gênero depende do reconhecimento do público em geral, mais do que da percepção de cada um dos espectadores, a

questão que surge é de como “se produz esse reconhecimento.” (2000, p.36) Segundo ele, uma possível solução poderia ser encontrada recorrendo-se às circunstâncias culturais gerais, ou às instituições de recepção da película. Contudo, os teóricos dos gêneros cinematográficos têm optado por:

(...) traçar uma rota direta que vai desde as origens industriais até uma aceitação generalizada por parte do público da existência, descrição e terminologia dos gêneros. Embora esta conclusão se baseie na suposição, duvidosa, que os gêneros que a indústria cinematográfica configura se comunicam de maneira completa e uniforme a um conjunto de espectadores muito dispersos em termos de tempo, espaço e experiência, serve para fechar o debate acerca da constituição e denominação dos gêneros. (ALTMAN, 2000, p.36)

No *trailer* de *Psicose*, o público antes mesmo de conhecer a narrativa a ser explorada já era capaz de reconhecer o gênero que estaria presente no novo filme. Quando o narrador-divulgador anuncia que Hitchcock fará um *tour* com o espectador pelo seu novo filme, cria-se uma expectativa que retoma o traço característico da produção audiovisual de Hitchcock: medo, suspense e crimes.

Além do reconhecimento do público, a sintaxe dessa mini narrativa merece destaque ao estudarmos o seu gênero. Enquanto o diretor nos mostra as locações de seu filme e nos conta que ocorrera um crime em cada local (um assassinato no topo da escada e outro no chuveiro do quarto do motel), ele não conclui suas falas, o que cria acentua as expectativas do espectador em relação aos mistérios.

2.4 UM TOUR PELO *TRAILER*

2.4.1 Personagens

Para Todorov, a história tem dois níveis: a) a lógica das ações e b) os personagens e suas relações.

Os personagens apresentados pelo diretor no *trailer* não tem nomes, eles são apenas citados como, por exemplo: a mulher, ela, ele, o jovem, as vítimas, o assassino e o filho. Essa falta de nomeação dos personagens gera algumas confusões, pois antes de assistir ao filme não sabemos se a ‘mulher’ e ‘ela’ são a mesma pessoa ou se ‘ele’ e ‘o jovem’ designam o mesmo personagem, assim como não conseguimos

estabelecer nexos entre eles e as ações apontadas, numa quebra proposital dos níveis fabulares (da história) apontados pelo teórico russo.

Masculino	Feminino	Plural
O filho	a mulher	Vítimas
Ele	Ela	
o assassino	a vítima	
	uma mulher	

TABELA 2 – Personagens do *trailer*.

Podemos considerar o próprio diretor como um personagem da diegese deste *trailer*, conforme já apontado.

2.4.2 Planificação e Montagem

Segundo afirma Hitchcock,

Em *Psicose*, o tema me importa pouco, os personagens me importam pouco, o que me importa é que a montagem dos fragmentos de filme, a fotografia, a trilha sonora e tudo o que é *puramente técnico* conseguiram arrancar berros do público. Creio que para nós é a grande satisfação usar a arte cinematográfica para criar uma emoção de massa. E, com *Psicose*, realizamos isso. Não foi uma grande interpretação que transtornou o público. Não era um romance muito apreciado que cativou o público. O que emocionou o público foi o *filme puro*. [...] E daí vem o orgulho que sinto de *Psicose*: é um filme que pertence a nós, cineastas. (HITCHCOCK, *in*: TRUFFAUT & SCOTT, 2004, p. 287, grifo nosso)

O conceito de montagem é definido, entre outros teóricos e diretores, por Jacques Aumont como sendo “o princípio que rege a organização de elementos fílmicos visuais e sonoros, ou de agrupamentos de tais elementos justapondo-os, encadeando-os e/ou organizando sua duração.” (AUMONT, 2008, p. 62) A maioria dos planos ali reunidos são planos-sequência com algumas mudanças de enquadramento. Na primeira sequência há um longo plano-sequência que se estende por toda a descrição da parte externa do motel e da casa, mas quando Hitchcock inicia sua fala sobre a casa ter um aspecto mais sinistro do que o motel, há uma mudança de enquadramento de um plano geral para um plano médio do diretor.

O *trailer* pode ser dividido em três sequências: Seq. 1: Introdução e área externa; Seq.2: Interior da casa e Seq.3: O motel. Em cada uma dessas sequências há uma média de quatro planos, totalizando treze planos durante toda a mini narrativa.

A montagem do *trailer* é linear e, diferentemente da maioria dos *trailers* atuais,⁷⁹ esta montagem não é acelerada, possui poucos cortes e é basicamente feita em planos-sequência, contando pausadamente a história e deixando fluir o suspense através do corte das informações nos exatos momentos da revelação de suas conexões.

Quanto ao interior das cenas, a descrição feita é explicativa e não apenas decorativa. Segundo Genette, a descrição explicativa se refere aos retratos físicos, às descrições de roupas e móveis que tendem a revelar e ao mesmo tempo a justificar a psicologia dos personagens, dos quais são signo, causa e efeito.

Sequência 1

Cena 1 - Área externa (1'22'' – um corte)



FIGURA 16 - Fotograma da primeira cena do *trailer*.

O enquadramento em *plongée* confere pequenez ao diretor e amplitude ao cenário.



FIGURA 17 – Fotograma da apresentação da vista externa da casa dos Bates.

Essa casa parece tenebrosa vista desse ângulo e com essa luz.

No início do *trailer*, Hitchcock aparece vestindo seu traje característico – terno e gravata pretos, camisa branca e sapatos pretos – em um ambiente externo ainda não identificado: um pátio árido e plano em torno do qual há uma construção de madeira

⁷⁹ Desde a década de 80, com o surgimento do canal televisivo *MTV (Music Television)*, muitos *trailers* passaram a ser influenciados pela estrutura dos videoclipes e incorporaram uma montagem mais rápida e cortes secos.

em formato de um L, com telhado meia água, simples e sem ornamentos. Inúmeras portas e janelas se abrem para uma varanda que se estende por toda a construção. Há uma única esguia árvore neste pátio, bem próxima da varanda. Ao fundo, atrás da construção, vêem-se as copas de inúmeras árvores altas.

Na primeira cena do *trailer*, antes da narração começar, é inserido na tela um pequeno texto que anuncia o que Hitchcock irá fazer: “*The fabulous Mr. Alfred Hitchcock is about to scort you ... on a tour of the location of his new motion Picture, “PSYCHO.”*”⁸⁰. Após este anúncio (grafado), o diretor inicia a sua narração que surpreendentemente é feita como se os locais descritos não correspondessem a locações de uma ficção, mas sim cenários reais onde ocorreram os terríveis acontecimentos. Esta forma de narrar, faz com que este *trailer* seja absolutamente diferente dos que foram anteriormente realizados.

Ele apresenta o local: “Aqui nós temos um motel muito tranquilo escondido da estrada principal e, como se pode ver, com um aspecto inofensivo, embora tenha ficado conhecido como a cena de um crime”. Nestes primeiros segundos do *trailer* há um plano geral⁸¹ do diretor, próximo ao motel.

Após estas informações iniciais a respeito do motel, Hitchcock menciona a existência de uma casa anexa a este. A câmera acompanha, com um pequeno plano sequência,⁸² sua caminhada até próximo da casa; esse plano geral enquadra o personagem (Hitchcock) em plano médio.

Em seguida, o diretor inicia a apresentação da “velha casa”. Já é possível visualizar a aparência antiga e sinistra da casa, que possui dois andares. Com alguns elementos em estilo gótico,⁸³ a casa assobradada é construída em um terreno elevado

⁸⁰ O fabuloso Sr. Alfred Hitchcock está prestes a escoltar você em um *tour* pela locação de seu novo filme, *Psicose*. Vide figuras 11 e 12.

⁸¹No livro *A linguagem cinematográfica*, o plano geral, segundo Martin “tem na maioria das vezes um significado psicológico preciso e não apenas um papel descritivo”. (2003, p.37-38)

⁸²André Bazin, *apud* Aumont, no *Dicionário teórico e crítico de cinema*, (2003, p.231) vê no plano-sequência “um instrumento de realismo, que permitia evitar a fragmentação do real, e respeitava, portanto, a um só tempo, o próprio real e a liberdade do espectador”.

⁸³ Segundo uma notícia publicada no dia 25 de Fevereiro de 2014 pelo jornal *O Globo* essa casa foi inspirada na casa desenhada por Charles Addams para as tirinhas da família Addams publicadas na revista americana *New Yorker* e no quadro “A casa ao lado da ferrovia”, de 1925, de Edward Hopper. Foi criada uma petição pública, nessa ocasião, que pede ao *Universal Studios* a restauração da casa construída em 1959.

e íngreme cujo acesso se dá através de uma grande escada que liga o pátio à ela. A presença de muitas árvores e vegetação descuidada próximas da casa deixa o ambiente sombrio. Hitchcock, ao apresentá-la, vista da parte externa, chama a atenção para o aspecto um pouco mais sinistro da casa em relação ao motel ao lado. O diretor destaca que ali ocorreram acontecimentos horríveis, levando o espectador a imaginar o que teria ocorrido na casa.

Em seguida, Hitchcock diz que a casa na qual ele está prestes a entrar está à venda e acredita que, agora, depois dos acontecimentos trágicos ali ocorridos, ninguém irá querer comprá-la. Isso é declarado com um tom jornalístico. Ele aponta para a janela onde “a mulher” foi vista pela primeira vez. Esse momento é o primeiro em que ele menciona um personagem, porém ele não nos diz quem ele é, nem em qual contexto ele está inserido e o menciona como se já soubéssemos da existência dele.

Já nessa primeira sequência do *trailer* podemos notar diferenças claras entre as duas edificações mostradas. Embora ambas tenham aspecto funesto, o motel se estende por uma linha horizontal e plana, não possui ornamentos e se assemelha a um celeiro, enquanto que a “velha casa” segue uma linha vertical, é repleta de detalhes e ornamentos em estilo gótico. Essa duplicidade se juntará a outras inúmeras duplicidades que serão abordadas a seguir.

Sequência 2

Cena 1- Térreo da casa/ escada: (48’’)



FIGURA 18 - Fotografia de Hitchcock no interior da casa dos Bates.

O diretor se aproxima de uma porta de madeira que possui um pequeno espaço de vidro coberto por uma cortina (o que impede que a parte interna seja vista) e a abre

lentamente. Ao entrar na casa ele atesta o aspecto sinistro que já havia mencionado anteriormente e logo dirige seu olhar para a escada que leva para o segundo andar.

Este ambiente é iluminado por um vitral ovalado ao fundo e por um lustre aceso próximo à escada, mesmo assim, a casa parece ser pouco iluminada e há um “clima” sombrio dentro dela. Podemos ver uma grande escada que liga o primeiro ao segundo andar, um aparador sobre a qual há um vaso com uma folhagem e outro objeto de decoração, e acima há um quadro. Hitchcock dirige-se ao pé da escada e ao lado de uma escultura de tamanho médio de um anjo de cor preta ele nos conta que nessa escada aconteceu o segundo crime (ele prefere nos contar inicialmente sobre o segundo crime).

O diretor descreve o crime de maneira relativamente detalhada: onde a vítima foi apanhada, a arma do crime e como a vítima caiu daquela escada, porém ele não diz quem são as pessoas envolvidas nesse crime, nem o porquê do mesmo, nomeando apenas o assassino como *ela* e a vítima como *ele*. Como já foi mencionada a presença de uma mulher naquela casa, o diretor nos faz crer que *ela* e *a mulher* são a mesma pessoa, contudo não temos nenhuma informação mais precisa sobre essa personagem e nem sobre a sua vítima. A expressão do narrador e sua maneira de descrever a situação parecem ser a de alguém que efetivamente presenciou o crime.

Em um dado momento da descrição, ele a interrompe dizendo que não irá mais discorrer sobre o assunto e decide subir as escadas para nos mostrar os cômodos do segundo andar.

Cena 2 - 2º andar (17'')



FIGURA 19 – Fotograma de Hitchcock narrando sobre as vítimas e a mulher.

Antes da exibição de um dos cômodos da parte superior da casa, há um *close* do diretor⁸⁴ que continua o seu discurso. Além do seu rosto, nós vemos a moldura de um quadro atrás dele, seu olhar fita o espectador confidencialmente. É possível compreender, a partir do que ele afirma, que ocorreu mais de um crime na diegese fílmica, pois ele utiliza a palavra vítima no plural: “é claro que a vítima, aliás as vítimas, não faziam ideia do tipo de pessoa com que se deparariam nesta casa. Especialmente, a mulher, que era a mais estranha, a mais...”

Novamente o diretor não conclui o que está contando e entra em um quarto.

Cena 3 - Quarto da mulher (38’’)



FIGURA 20 – Fotograma da exibição da cama da mulher.

No início desta sequência há um plano geral de um espaçoso quarto no qual, apesar de estar organizado, podemos ver uma quantidade grande de elementos: pé direito alto, paredes estofadas e piso acarpetado, com muitas estampas. Na parede ao fundo, ao lado de um imenso arco, há uma lareira que parece de pedra esculpida à mão bastante adornada em estilo vitoriano sobre a qual encontram-se castiçais e porta-retratos. Acima da lareira, há um grande quadro e, ao seu lado, uma escultura aparentemente metálica, de uma pessoa nua com as mãos para cima, sob um pedestal de madeira. Ao centro, uma cama de casal de madeira maciça escura, com uma colcha clara de babados nas laterais sobre a qual repousa uma peseira em tecido estampado. Ao lado esquerdo da cama há um criado mudo de madeira com tampo de mármore, sobre ele um abajur de miçangas de cristal e pequenos objetos. Do lado direito, há uma penteadeira antiga de madeira e mármore, sobre a qual estão espalhados inúmeros objetos. Na parede oposta a da cama podemos ver uma antiga pia de quarto,

⁸⁴ No livro *A linguagem cinematográfica*, Martin afirma que a melhor maneira de manifestar o poder de significação psicológico e dramático do filme é através do primeiro plano do rosto humano. (MARTIN: 2003, p.39)

apoiada em um móvel de madeira, ao lado da qual há uma poltrona, seguida de um grande armário que, segundo relata o diretor, parece ainda guardar algumas roupas da dona do quarto.

Hitchcock entra nesse cômodo com um ar de desconfiança, o nomeia como o quarto da *mulher* (primeira personagem ‘fantasma’ apresentada ao espectador) e nos conta que o quarto ainda está perfeitamente preservado. Assim é possível ao espectador compreender que *ela* já não vive mais ali, mas que seu quarto continua intacto e ainda depreender que a casa é *real*. A cama é apontada e vemos a marca do corpo de alguém ainda bastante definida sobre o leito, como se alguém tivesse permanecido deitado ali por muito tempo. Essas primeiras informações confundem um pouco o espectador que pode entender que a mulher faleceu há pouco tempo e/ou era inválida. O diretor se dirige ao armário da mulher em busca de suas roupas, porém, quando ele o abre, não esboça nenhuma reação, dirige seu olhar novamente para a câmera (e para nós, espectadores), fecha o armário e sai sem fornecer mais nenhuma informação. Isso instiga novamente a curiosidade do espectador que fica sem saber o que havia ali dentro, apesar de ter visto, em detalhes, os móveis e objetos da dona do quarto e ficar com a impressão de já a ter conhecido.

Cena 4- Banheiro e quarto do filho (25’)



FIGURA 21 – Fotograma da passagem pelo banheiro.

FIGURA 22 – Fotograma do quarto do filho.

As apresentações desses dois cômodos são muito breves e externas. São apenas mencionados onde é o banheiro (ele abre a porta e logo a fecha) e o quarto do *filho* (terceiro personagem mencionado no *trailer*), contudo, Hitchcock prefere não adentrar o quarto do filho argumentando que gostaria de ir ao lugar preferido do mesmo: a saleta no motel.

Sequência 3

Cena 1 - Sala do motel (1'01'')



FIGURA 23 – Fotograma da apresentação da pintura (elemento importante para o decorrer do longa).

Antes de entrar na sala, há um plano médio de Hitchcock que diz “este jovem dava dó a qualquer um”; uma vez que as informações sobre “o filho” acabaram de ser mencionadas, compreendemos que quando ele diz “este jovem”, ele está se referindo ao “filho”. Ainda antes de entrar no cômodo, ele também afirma que o jovem era dominado por uma “mulher maníaca”. Novamente ele interrompe sua fala quando diz “o levaria à beira da...”, e não sabemos o que este jovem foi realmente capaz de fazer devido a esse domínio intenso e sofrido.

Este cômodo é o que possui a maior quantidade de elementos que nos aproximam da narrativa do longa-metragem. Logo no início, o diretor nos diz que o passatempo do *filho/jovem* é a taxidermia⁸⁵ e nos mostra duas aves empalhadas (corvo e coruja), deixando o espectador intrigado por esse estranho *hobby* do jovem.

Após a exibição das aves empalhadas, o diretor inglês profere pela segunda vez a palavra cena: “Passou-se uma cena importante nessa sala, houve aqui uma ceia”, fornecendo mais um elemento da narrativa, mais um que não nos permite ir muito além sobre o que de fato aconteceu. Essa ceia é muito importante no longa, pois é quando Marion e Norman Bates iniciam uma conversa, se aproximam e Bates se sente atraído por Marion. O diretor nos faz entender que dará continuidade ao seu discurso relativo à ceia, contudo ele olha para trás, vê um quadro pendurado na parede e começa a discorrer sobre ele.

⁸⁵ Arte que consiste em dissecar os animais mortos, para conservá-los com aparência de vivos. Usualmente esse processo é feito através do empalhamento.

Inicialmente não é possível compreender o porquê da importância que Hitchcock diz ter o quadro, pois, mais uma vez, ele não termina a sua oração e o espectador fica sem ter a informação. Porém, quando vemos no longa metragem a cena que se passa nesta sala, notamos que atrás desse quadro há um buraco por onde Bates consegue ver o quarto ao lado e é por onde ele vê Marion se despindo antes de assassiná-la.

O diretor decide então ir ao quarto de número um (quarto que ao assistir ao longa, o espectador descobre que é onde Marion ficou hospedada) para nos mostrar “uma coisa”. Ao sair desse cômodo, Hitchcock bate uma mão na outra e passa seus dedos uns nos outros, como se estivesse se limpando da 'poeira da história'.

Cena 2- Quarto número 1 e banheiro (1'35'')



FIGURA 24 – Fotograma da cena final do *trailer* com grito da vítima. (O logotipo do filme aqui já aparece, com sua tipografia 'rasgada').

Dentro do quarto de número um, o diretor não faz nenhuma descrição sobre o quarto, apenas menciona que tudo está arrumado e podemos ver apenas a cama e os quadros com imagens de pássaros pendurados na parede, e logo ele adentra o banheiro.

Ao entrar no banheiro, olha para todos os lados como se estivesse analisando o ambiente e menciona que tudo já está limpo. Afirma que ali esteve sujo de sangue, o que nos faz recordar do crime que ocorreu no motel, mencionado no início do *trailer*.

Ele levanta a tábua do vaso sanitário e diz que ali foi encontrada uma pista muito importante. No longa-metragem a pista é encontrada por Lila, irmã de Marion, quando vai ao motel da família Bates em busca da irmã, e é essa pista (os papéis picados) que confirma que Marion esteve naquele quarto e está desaparecida, o que se

explica pelos cálculos encontrados nos papéis picados⁸⁶. Neste cômodo é narrado como o assassino entrou no banheiro, mas novamente o diretor não continua o seu discurso, apenas abre a cortina do *box* do chuveiro, assim como foi feito pelo assassino no filme e, nesse instante, o espectador é surpreendido por um grito de uma mulher. Essa é a única cena que se aproxima das cenas do longa, como já dissemos anteriormente, pois ela é uma representação do plano em que Marion se surpreende com o assassino próximo a ela com uma faca tentando atacá-la. Cabe lembrar que a atriz que representou a cena para o filme é Janet Leigh, porém, a que a representa no *trailer* é Vera Miles. Além disso, o chuveiro não está ligado na cena inserida no *trailer*. Hitchcock monta novamente um jogo entre ficção (o *trailer*) e ‘realidade’ (o longa) bastante intrigante.

2.4.3 Trilha sonora e musical

Segundo Todorov, a narrativa é ao mesmo tempo uma história e um discurso. A história é o que “evoca uma realidade, acontecimentos que teriam ocorrido”, (1973, p. 211) e o discurso é a maneira como os acontecimentos são relatados para o leitor/espectador. Os procedimentos do discurso na literatura podem ser separados em três grupos:

(...) o tempo da narrativa, no qual se exprime a relação entre o tempo da história e do discurso; os aspectos da narrativa, ou a maneira pela qual a história é percebida pelo narrador, e os modos da narrativa que dependem do tipo de discurso utilizado pelo narrador para nos fazer conhecer a história. (TODOROV, 1973, p. 241)

Esses grupos podem ser utilizados também na narrativa de um filme ou de um *trailer*.

O tempo, todo quebrado no *trailer*, é “pluridimensional”, este é um dos motivos de não conseguirmos nem começar a esboçar a narrativa. O discurso do diretor provoca uma resposta no ouvinte.

⁸⁶ No livro essa pista é o sangue presente no brinco de Marion, também encontrado próximo ao vaso sanitário.

Para Todorov, ainda, há três possíveis combinações de sequências em uma narrativa: encadeamento; alternância e encaixamento: O encadeamento ocorre quando você conta uma primeira história e somente após o final dela se inicia uma nova narrativa; já a alternância “consiste em contar as duas histórias simultaneamente, interrompendo, ora uma ora outra, para retomá-la na interrupção seguinte”. (2009, p.244) No caso do *trailer* estudado, as sequências estão dispostas na ordem do *encaixamento*, ou seja, há a inclusão de uma história no interior de outra. Inicialmente, Hitchcock nos informa que no motel ocorreu um crime (o primeiro crime), ele decide então apresentar primeiramente a casa (onde ocorreu o segundo crime) e após a exibição dos cômodos da casa, ele se dirige, finalmente, ao motel, e a última sequência do *trailer* é a reprodução de uma parte do primeiro assassinato, o de Marion:

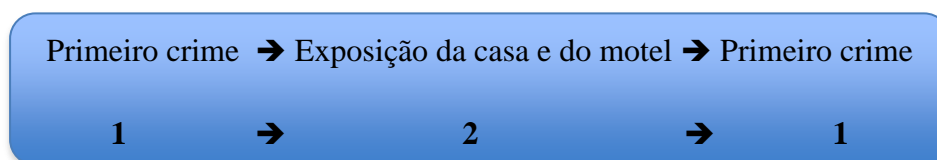


FIGURA 25 – Exemplificação do termo ‘encaixamento’ da narrativa.

A exposição da casa e do motel se ‘encaixa’ a história do crime que foi mencionado no início do *trailer* e é retomado quando Hitchcock adentra ao local do crime e explica como ele ocorreu.

A importância da trilha sonora na composição de uma narrativa é salientada por Ney Carrasco no artigo “Trilhas: o som e a música no cinema”⁸⁷ e segundo o autor, a trilha interfere de maneira decisiva no resultado final daquela. Diz ele:

A totalidade de um filme compreende a sua trilha musical e o resultado desse filme enquanto obra artística é único. Com outra música, seria outro filme, pois sua trilha musical é parte de sua articulação poética. A música deixa de ser vista, portanto, como um adereço e passa a ser entendida como parte de sua composição, articulando-se com todos os outros elementos que o compõe, sonoros e visuais, em uma peça unitária. (CARRASCO, 2010, p. 1)

⁸⁷ Artigo disponível no *site* da revista eletrônica de jornalismo científico *Comciência*.

Alfred Hitchcock dirigiu seu primeiro filme sonoro na Inglaterra em 1929, intitulado *Blackmail*⁸⁸. Cabe notar, no entanto, que antes desse marco em sua carreira, ele dirigiu nove filmes mudos que também tiveram grande importância e que neles, segundo o próprio diretor, ele demonstrara a pureza de se fazer cinema.

Os filmes mudos foram a forma mais pura de fazer cinema, pois não havia necessidade de abandonar a técnica do verdadeiro cinema como fizeram com o sonoro”. (HITCHCOCK, *apud* FRUNDT,1992)

Em 1960, quando Hitchcock decide fazer o longa metragem *Psicose*, ele chama um antigo colaborador, Bernard Herrmann,⁸⁹ para produzir a trilha sonora do mesmo. Quanto à autoria da trilha sonora no *trailer*, embora não existam informações definitivas sobre ela, devido a falta de créditos da mesma, há indícios de que a produção da trilha musical do longa e do *trailer* tenham sido feitas pela mesma pessoa, hipótese que se justifica pois há semelhanças rítmicas e de orquestração (minimalista e com instrumentos de cordas) que estão presentes em ambas as trilhas. De toda forma, ambas são de fundamental importância, criando um ambiente de suspense para os espectadores, tal que estes desde o início do *trailer* e do filme encontram-se inseridos no contexto do filme.

Bernard Herrmann, ao compor a trilha musical do filme *Psicose*, procurou manter a mesma dramaticidade que o mestre do suspense havia incluído no filme, e para tanto ele criou uma trilha cuja orquestração baseou-se em orquestra de cordas.

O diretor e o compositor decidiram minimizar o uso da trilha musical, e muitos dos diálogos ocorrem sem nenhuma trilha musical de plano de fundo. A trilha musical é utilizada muitas vezes para marcar o início e o fim de uma cena,

⁸⁸ Este filme foi o primeiro filme falado na Inglaterra. Inicialmente, o filme seria silencioso, com apenas um trecho sonoro, porém Alfred Hitchcock realizou a captação sonora e decidiu fazer uma versão sonora do longa e, assim, apenas a primeira sequência do filme é totalmente silenciosa.

⁸⁹ A primeira colaboração entre Alfred Hitchcock e Bernard Herrmann ocorreu em 1955 no filme *The Trouble with Harry*, um pequeno e divertido filme, com humor tipicamente inglês. O músico também compôs a trilha de inúmeros outros filmes de Hitchcock, como por exemplo: *The wrong man*, cuja trilha contém alguns elementos de jazz; *The man who knew too much* (1956); *Vertigo* (1958); e *North by Northwest* (1959), entre outros.

intercalada com os diálogos. Ela também é utilizada para alertar o espectador de algo importante que vai ocorrer, por exemplo, a cena da fuga de Marion é acompanhada de uma trilha musical com intensidade e volume altos, que leva o espectador a pressentir o perigo. Contudo, quando Marion chega à revendedora de carros, a trilha se altera e então, no momento em que o diálogo com o vendedor de carros se inicia, a trilha diminui seu volume significativamente e depois desaparece.

Contudo, entre todas, sem dúvida, a trilha musical produzida para a cena do assassinato da personagem Marion no chuveiro se destaca: ela é emblemática. Ela ficou conhecida como uma das cenas mais importantes da cinematografia mundial, não apenas pela atuação da atriz e pelo horror do crime descrito, mas principalmente pela sua trilha musical com estridentes sons produzidos por violinos. Até hoje, quando a trilha da cena é ouvida em algum lugar, imediatamente o ouvinte ativa sua memória e a reconhece.

5/4 **17. The Murder**

Molto Forzando e Feroce

Vivo

Violino I

Violino II

Viola

Cello

Basso

Violino I

Violino II

Viola

Cello

Basso

FIGURA 26: Retirada da dissertação de mestrado de Marcelo Dino, intitulada *Sinfonietta de Psycho, de Bernard Herrmann. Intersecções entre a música de concerto e a música cinematográfica.* (2011, p.145)

Segundo Dino, a principal característica desta trilha é a “entrada sucessiva e cumulativa de sons em *marcato* (>), formando uma pirâmide descendente.” (DINO, 2011, p. 146).

A análise da trilha musical do longa metragem *Psicose* permitiu concluir que ela contempla alguns dos princípios da composição, mixagem e edição de som nos filmes clássicos, tal como concebidos por Claudia Gorbman, no capítulo *Classical Hollywood Practice: The model of Max Steiner*, de seu livro *Unheard Melodies: narrative film music*. Os sete princípios são os seguintes: invisibilidade, inaudibilidade, significante de emoção, pista narrativa, continuidade, unidade e quebra de regras.

O mecanismo que produz a trilha musical do filme *Psicose* é invisível. Como já destacado anteriormente, a música praticamente desaparece durante os diálogos, porém, quando não há diálogos, a trilha sonora tem um grande destaque. Além disso, é possível notar claramente a trilha sonora e musical como um significante de emoção, já que os sons ajudam a despertar as emoções que são sugeridas na narrativa. Um exemplo é a cena da fuga de Marion em que a trilha, um pouco mais rápida, enfatiza a emoção que o espectador irá sentir: medo e tensão.

O princípio da unidade, discutido por Claudia Gorbman, também está presente: por meio da repetição e variação dos temas musicais no filme se torna evidente a unidade da narrativa do filme em questão.

Quanto ao *trailer*, desde o seu início é possível ouvir uma trilha musical que é complementada pelas falas do diretor, e há três principais temas que se repetem durante o mini-filme.

Há um tema musical que marca o momento em que o narrador interrompe uma narrativa sem completá-la. Esse tema se repete cinco vezes durante o *trailer*, e é um tema que nos remete às trilhas de desenhos animados. Ouvimos esse tema em cinco momentos diferentes:

- 1) Na abertura do *trailer*;
- 2) Quando o diretor sai da parte externa até entrar na casa (1'26'' até 1'36'');

3) Quando ele sobe as escadas(2'14''a 2'16'');

4) Quando fecha o armário e passa brevemente pelo banheiro (3'10'' até 3'29'');

5) No momento em que sai da sala do motel até quando anuncia que entrará no banheiro do quarto número 1 (4'47''até 5'13'').

Com a combinação dos acentos sonoros e visuais, portanto, Hitchcock constrói e conduz a narrativa do *trailer*. No primeiro momento em que se ouve esse tema, na abertura, em função do que é retomado na memória do espectador, a expectativa criada é que se trata de um filme infantil. Contudo, essa expectativa é quebrada assim que o diretor, amplamente conhecido como o mestre do suspense, surge na tela.

Outro tema musical marcante neste mini filme é o acorde grave associado a ocorrência de crimes. Este ocorre em dois momentos do *trailer*. A primeira ocorrência se dá quando o diretor diz a palavra 'crime' (aos trinta e quatro segundos). O outro momento ocorre quando o diretor comenta onde "a mulher foi vista pela primeira vez" (decorridos um minuto e vinte e um segundos). A repetição deste tema com o acorde grave possibilita o espectador fazer uma associação de que a mulher que foi vista pela primeira vez pode fazer parte do crime, porém o diretor cria, propositalmente, a dúvida sobre quem é a vítima e quem é o assassino.

O terceiro tema do *trailer* é a trilha de tensão que aumenta e diminui sua intensidade e ritmo; esse tema é ouvido cinco vezes durante a descrição do diretor: no quarto da 'mulher'; no momento em que ele mostra a sua cama (dois minutos e cinquenta segundos); no quarto do filho, onde Hitchcock decide não entrar; e na salinha do motel, onde é escutado o tema três vezes. Estes temas produzidos ajudam o espectador a ir atribuindo uma unidade para o mini filme.

Hitchcock, neste *trailer*, escolheu propositalmente deixar alguns breves momentos com a ausência plena de trilha: 1) Quando fala sobre o primeiro crime; 2) Quando abre o armário da 'mulher'; 3) No momento em que nos conta sobre o domínio sofrido pelo 'homem'; 4) ao relatar a importância do quadro, e 5) antes de

abrir a porta do banheiro e tratar do crime e da pista no vaso sanitário. Estes silêncios contribuem para deixar o espectador mais atento ao que está sendo dito/mostrado na tela.

Um princípio que claramente se faz presente também no *trailer* é o significante de emoção, pois a trilha sonora consegue enfatizar as emoções que o diretor quer que o espectador sinta. Nos momentos em que Hitchcock quer fazer algum tipo de ironia ou “brincar” com o público, é possível ouvir uma trilha mais leve, que se assemelha à abertura de muitos desenhos animados, como dito acima. Já quando o diretor quer que o público fique atento a uma informação, a intensidade dos acordes é aumentada ou uma trilha de suspense inserida.

As entrar no banheiro para narrar o principal crime ocorrido, ele afirma: “Bom, agora já limpararam tudo. Que grande diferença... devia ter visto o sangue, todo o lugar... [pausa] É horrível demais para descrever... Então, [apontando para o vaso sanitário, ele diz:] Deixe-me dizer, aqui se encontrou uma pista muito importante, ali em baixo”. Neste primeiro momento da narrativa, no banheiro, não há trilha musical, apenas sons diegéticos (porta se abrindo, passos e tampa do vaso sanitário sendo aberta e fechada pelo diretor). A partir do momento em que ele começa a narrar *como* o crime ocorreu, a trilha sonora tem seu re-início. O som dos violinos aumenta de intensidade e volume progressivamente até o momento em que a vítima, uma mulher, grita, sem que o espectador saiba a razão do seu grito. Segundo Rodrigo Carreiro:

Ao contrário do que se pode pensar, o grito não é um mero clichê do cinema de horror, um recurso estilístico que estimula a curiosidade do público. Há uma razão cognitiva para que o grito tenha se tornado a mais reconhecível marca sonora do filme de horror: trata-se de um recurso narrativo simples e eficiente para estimular, nos membros da plateia, pelo menos parte do afeto do horror. O grito estimula a identificação afetiva entre o personagem-vítima e o espectador, gerando o sentimento de repulsa ou rejeição que é elemento central na construção do sentimento do horror. (CARREIRO, 2011, p.45-46)

Há, contudo, algumas diferenças de gênero e estéticas na estrutura de ambas as produções, *trailer* e longa. O mini-filme se assemelha muito a um *making of* e

possui um tom irônico, enquanto o filme segue uma sequência de acontecimentos apresentados da maneira tradicional de um filme de suspense. As trilhas de ambas produções “acompanham” essa estrutura, mas, apesar destas diferenças, é possível identificar uma identidade sonora e musical no *trailer* e no longa-metragem. Ao final do *trailer*, ouvimos uma trilha que será repetida nos créditos de abertura do longa-metragem⁹⁰ e também na fuga de Marion. Este tema nos ajuda a adentrar ao 'ambiente' que será explorado no filme.

O discurso sonoro se complementa com os elementos geradores do discurso visual do *trailer*, como vimos, e o distingue do filme. No próximo capítulo irá se abordar os demais itens da campanha de divulgação do filme e a concepção por trás da realização de *Psicose* - filme e *trailer*.

⁹⁰ Os créditos de abertura foram produzidos pelo designer gráfico Saul Bass, também responsável pela consultoria visual do longa-metragem.

CAPÍTULO 3

INTERTEXTOS DE *PSICOSE*

3.1 A CAMPANHA DE DIVULGAÇÃO DO *PSICOSE*

Desde o ano de 1930, o lançamento de um filme envolve uma campanha publicitária para a sua divulgação, como já abordado aqui. Mas, foi, somente, em 1960, com o lançamento de *Psicose*, que o cinema presenciou uma verdadeira “revolução” nesse tipo de campanha.

A principal preocupação de Hitchcock, desde a filmagem, divulgação e exibição do filme, era em manter o suspense, especialmente quanto ao final da diegese e ele não poupou esforços para isso. Como já comentado no capítulo anterior, para Hitchcock, no suspense é fundamental que o público esteja informado de alguns elementos, mas não de todos. Assim, o diretor procurou fazer com que o espectador desde o primeiro contato com o anúncio do filme estivesse submetido a um clima de suspense e mistério.

Antes do início das gravações, como destacado, Hitchcock retirou do “mercado” o maior número possível de exemplares do livro *Psicose*, a fim de dificultar o acesso do espectador à história a ser contada e manter o suspense no ar quando o filme fosse lançado. O logotipo do filme, criado pelo designer gráfico e ilustrador Tony Palladino, foi reproduzido no livro e nas demais peças (livro, longa metragem, cartazes etc.)⁹¹ com sua tipografia rompida, o que também contribuiu para a unidade conceitual explorada na campanha desse longa.

⁹¹ Hitchcock comprou os direitos do trabalho de Tony Palladino para que pudesse reproduzir o 'logo' que o designer gráfico e ilustrador havia produzido para o romance *Psicose*.



FIGURA 27: Capa do livro original publicado em 1959 nos Estados Unidos.

Durante as gravações, Hitchcock reuniu-se com a sua equipe e elenco, e pediu que todos fizessem um juramento de que não divulgariam nenhum elemento do longa-metragem, nem qualquer informação relativa ao seu conteúdo.

Finalmente, quando o filme ficou pronto, Hitchcock, para surpresa de todos, decidiu que não o exibiria para os críticos antes da pré-estréia em Nova Iorque. Críticos e público foram então mantidos na atmosfera de mistério.

Além disso, o diretor considerava imprescindível que o espectador assistisse ao filme na íntegra, sem perder nenhuma cena desde o seu início até o final. Para garantir que assim o fosse, determinou que não fosse permitida a entrada do público após o início da sessão. Foram colocados cartazes com a figura do próprio diretor reafirmando que não seria admitida a entrada de ninguém após o início da sessão.

Esforços não foram poupados para que os exibidores do filme também cumprissem as exigências de Hitchcock; ele distribuiu boletins e manuais de vendas para eles e contratou seguranças para controlar a entrada do público. Além disso, para que o público compreendesse e não fosse contra a decisão do diretor, ele gravou mensagens que podiam ser ouvidas pelo público na entrada do cinema explicando o motivo de suas decisões: elas visavam apenas que o público pudesse aproveitar melhor o longa-metragem.

Em inúmeros cartazes expostos no interior das salas de cinema e em folhetos distribuídos ao público, Hitchcock solicitava ao espectador que, após assistir ao filme *Psicose*, os segredos chocantes não fossem partilhados com os amigos e,

especialmente, que o final do filme não fosse revelado, pois, afirmava ele, este “ é o único que temos”. Mas, se o espectador não pudesse guardar um segredo, solicitava o diretor em um cartaz, depois de assistir ao filme, que se mantivesse longe de pessoas.

Sem dúvida, estes cartazes e folhetos recebidos pelo espectador, antes do início do filme, além de propor ao espectador um pacto de silêncio, transformando-o em cúmplice de um segredo, alimentava o clima de expectativa, pois já anunciava que o filme revelaria 'segredos chocantes'. De alguma forma, portanto, o público participa da cena, quase como se ele pudesse entrar na mesma e advertir o personagem de que aconteceria algo chocante⁹². Assim, o espectador torna-se duplamente cúmplice: não revelando nem aos personagens nem aos futuros espectadores a ocorrência de segredos chocantes. Assim como ocorreu com o *trailer* de *Psicose*, estes folhetos e cartazes constituem elementos geradores do clima de suspense que ronda o filme.



FIGURA 28: Vista externa de um cinema de Nova Iorque.



FIGURA 29: Letreiro do cinema em Nova Iorque.⁹³

⁹² Como já destacado no capítulo anterior, para Hitchcock, é frequente que haja nos filmes uma confusão entre surpresa e suspense. Ver página 51.

⁹³ Ninguém... Mas ninguém... poderá ser admitido no cinema após o início de cada performance de *Psicose*. Tradução nossa.

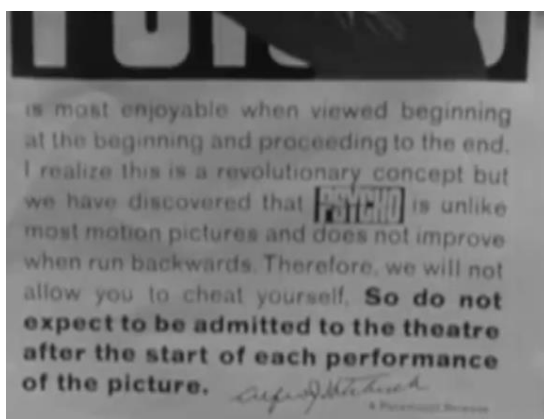


FIGURA 30: Avisos colocados dentro do cinema.⁹⁴

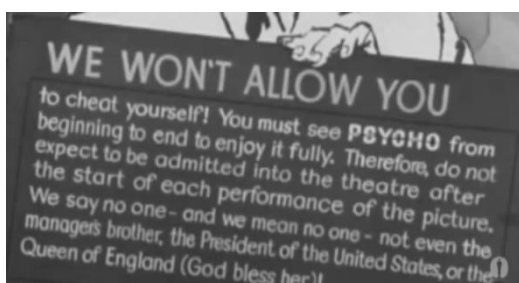


FIGURA 31: Fragmento de um *display* com a figura do diretor em tamanho real disponível em um cinema.⁹⁶



FIGURA 32: Cartaz dentro do cinema.⁹⁵

⁹⁴ É mais proveitoso quando visto começando desde o início e acompanhando até o final. Eu percebo que este é um conceito revolucionário, mas nós descobrimos que *Psicose* não é como a maioria dos filmes e não é melhor quando visto de trás para frente. Portanto, nós não permitiremos que você trapaceie. Então não espere ser admitido no cinema após o início de cada performance do filme.

⁹⁵ Depois que você assistir a *Psicose*, não conte aos seus amigos seus segredos chocantes. Tradução nossa.

⁹⁶ Nós não permitiremos que você se engane! Você deve assistir *Psicose* do início até o fim para aproveitá-lo completamente. Então, não espere ser admitido neste cinema após o início de cada performance do filme. Nós dissemos ninguém – e queremos dizer ninguém – nem mesmo o irmão do gerente, o presidente dos Estados Unidos ou a rainha da Inglaterra (Deus a abençoe). Tradução nossa.



FIGURA 33: Exemplos de folhetos entregues ao público.⁹⁷

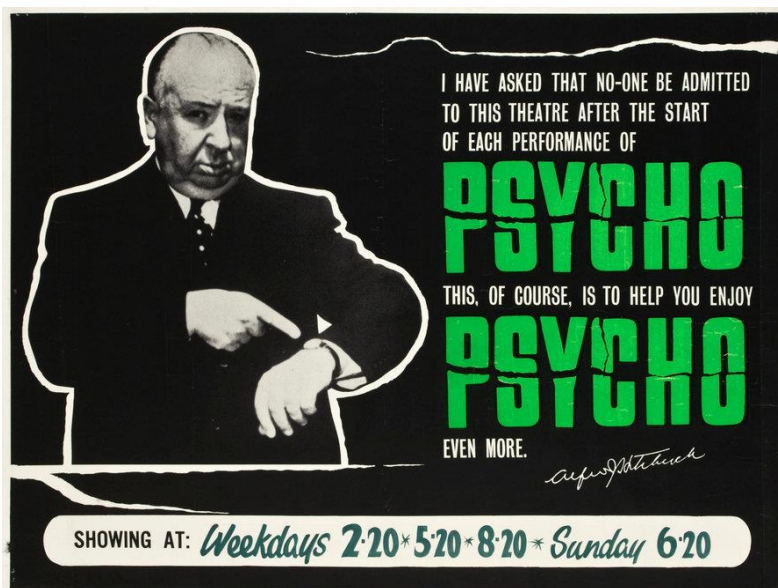


FIGURA 34: Cartaz com os horários de exibição do filme nos cinemas do Reino Unido.⁹⁸

⁹⁷ Folheto da esquerda: Se você não consegue guardar segredos, por favor fique longe das pessoas depois que você assistir a *Psicose*. Folheto da direita: Depois de assistir a *Psicose*, não entregue o final. É o único que nós temos. Folheto na parte de baixo: por favor, não acate os rumores! *Psicose* não deixará ninguém furioso, a menos que já seja antes de vir para o cinema. Ps: Por favor, não matem o prazer total deste filme incomum aos seus amigos. Não revele a história! Veja! Se surpreenda! Encante-se! E fique em silêncio. Tradução nossa

⁹⁸ Eu pedi para que ninguém seja admitido nesse teatro após o início de cada *performance* de *Psicose*. Isso, claro, é para te ajudar a aproveitar *Psicose* ainda mais. Tradução nossa

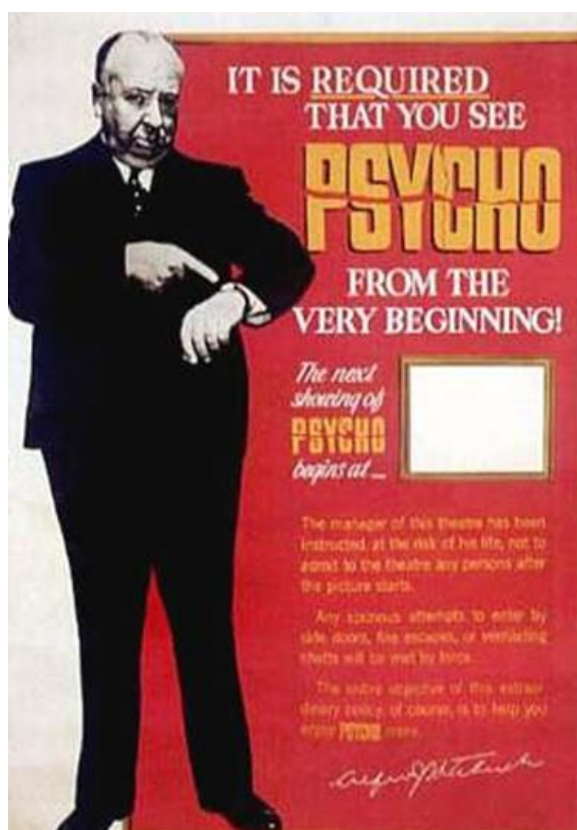


FIGURA 35: Cartaz explicativo aos espectadores.⁹⁹

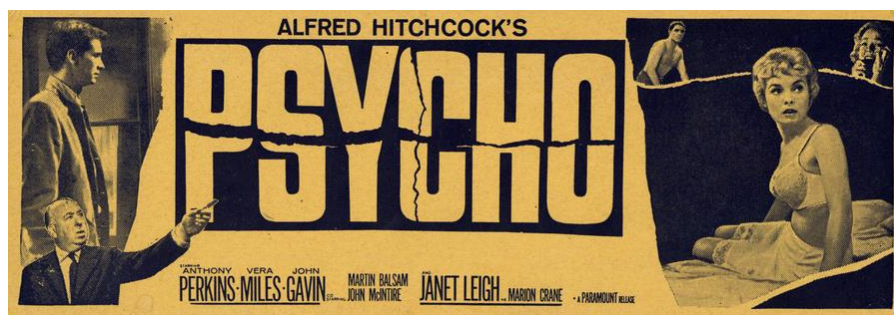


FIGURA 36: Cartaz colocado no vidro traseiro dos ônibus para a divulgar o filme.

3.2 CARTAZ

A campanha publicitária do filme *Psicose* foi bastante agressiva. Além dos inúmeros cartazes produzidos com o objetivo de manter o suspense, foram também produzidos cartazes da divulgação tradicional de um longa-metragem. Cabe notar que

⁹⁹ O gerente deste cinema foi instruído, sob ameaça de morte, a não admitir ninguém após o início do filme. Quaisquer tentativas espúrias de entrar por portas laterais, saídas de incêndio ou dutos de ventilação serão impedidas à força. Disseram-me que esta é a primeira vez que essas medidas excepcionais estão sendo necessárias (...) mas é a primeira vez que se vê um filme como *Psicose*.

foram produzidos diferentes cartazes para cada um dos países onde o filme foi exibido. Nesta dissertação será mais profundamente analisado o cartaz produzido para as salas de cinema dos Estados Unidos¹⁰⁰.

Essa peça publicitária do filme *Psicose* teve uma “estética” diferente do que era comum em cartazes de divulgação daquela época. Foi a primeira vez que foram vistas, neste tipo de mídia, fotografias de atores seminus¹⁰¹: Janet Leigh de *soutien* e anágua brancos e John Gavin, sem camisa, referência à primeira cena do longa em que os amantes se encontram em um apartamento durante a tarde. Além deles, há um terceiro sujeito, do qual apenas o rosto é mostrado: o ator Anthony Perkins.

A partir dessas fotos impressas no cartaz não é possível estabelecer possíveis relações entre os personagens, pois além de eles estarem em fotografias separadas, os seus olhares não sugerem nenhuma relação entre eles. Entretanto, há uma mulher e dois homens: o que pode apontar para um possível triângulo amoroso.

A parte textual do cartaz é bem simples e direta: além do nome dos principais atores que estão no elenco, o texto também destaca o nome do diretor, roteirista e produtora. Há um texto que diz: “Um novo, – e completamente diferente – emocionante filme”¹⁰².

Nesse cartaz é possível ver o plano de fundo através das quebras do logotipo do filme usado em outras peças. O 'logo', *Psycho*, aparece em amarelo, na parte de baixo, no cartaz.

As cores que estão em evidencia no cartaz são o azul e amarelo, cores primárias, sendo a primeira uma cor fria e a segunda uma cor quente, que sugerem contraste ou conflito. De acordo com Israel Pedrosa, no livro *Da cor à cor inexistente*, o amarelo “em vários países simboliza o despeito e a traição. É também o símbolo do desespero, por ser intenso, violento e agudo até a estridência”. (PEDROSA, 2009, p.123) Quanto à cor azul, ela é “a mais profunda das cores, o olhar o penetra, sem encontrar obstáculos e se perde no infinito e nos mistérios da alma [...]. Diante do azul a lógica do pensamento consciente cede lugar à fantasia e aos sonhos que emergem dos abismos mais profundos de nosso mundo interior”. (*idem*, p.126)

¹⁰⁰ Quanto aos cartazes produzidos para a divulgação do filme em outros países, embora eles não sejam objeto de análise desta dissertação, receberão comentários.

¹⁰¹ De acordo com o livro *Os bastidores de Psicose*, de Rebello, o diretor pediu ao fotógrafo Willian “Bud” Fraker que fizesse um série de fotos dos atores principais do longa-metragem para utilizá-las nos cartazes de divulgação do filme.

¹⁰² Tradução nossa.

Segundo Pedrosa, Kandinsky afirma que o movimento desta cor é “um movimento de afastamento do homem e um movimento dirigido unicamente para seu próprio centro, que, no entanto, atira o homem ao infinito e desperta nele o desejo de pureza e de sede do sobrenatural”. (KADINSKY *apud* PEDROSA, 2009, p.126)

A imagem dos dois homens no cartaz aparece com uma luz avermelhada, o que sugere sangue e/ou paixão. O homem que está à esquerda no cartaz, com o foco no seu rosto, é Norman Bates, aquele que irá se sentir atraído pela mulher, Marion, que também aparece no cartaz, e ele irá espioná-la pelo buraco feito na parede da sala do motel. O segundo homem, retratado no cartaz abaixo à direita, está apenas com as calças, sem camisa, e parece estar se levantando. Ele é Sam, o amante de Marion. A imagem de Marion aparece em destaque no cartaz, ao centro, com uma luz amarelada, o que pode sugerir a traição.

As fotos aparecem no cartaz como se estivessem rasgadas e rompidas. A imagem da mulher aparece perfurando o plano no qual se encontram os dois homens, e colocadas sobrepostas, reproduzindo o conceito explorado no logotipo do filme:¹⁰³ ideia de cisão, de rompimento, partição.

¹⁰³ Hitchcock comprou os direitos do trabalho de Tony Palladino para que pudesse reproduzir o logo que o designer gráfico e ilustrador produziu para o romance *Psicose*.



FIGURA 37: Cartaz de divulgação do filme nos Estados Unidos.

É importante ressaltar que em algumas reproduções desse cartaz a estrutura se mantém, mas há uma alteração nas cores. As mesmas imagens são utilizadas, porém o fundo, ao invés de azul, é roxo: a cor complementar ao amarelo tão destacado na imagem de Marion e no 'logo'. Esta combinação das cores preta, amarela e roxa fornece ao cartaz uma imagem mais lúgubre, uma vez que esta é uma combinação de cores muito utilizada na decoração de funerárias nos Estados Unidos.

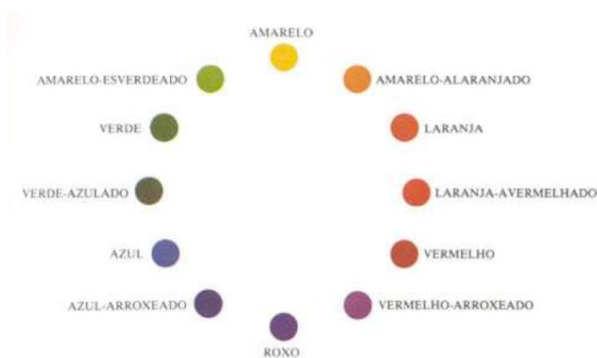


FIGURA 38: Tabela das cores reproduzida do livro “A sintaxe da linguagem visual”. (Dondis p. 67).

Portanto, dois conceitos destacam-se nos cartazes produzidos para a divulgação do filme *Psicose* nas salas de cinema dos Estados Unidos: paixão/sexualidade e ruptura/partição. Apesar dos conceitos de rompimento e sexualidade serem reproduzidos nos cartazes produzidos para a divulgação em outros países, eles têm algumas diferenças importantes.

Aquele feito na Alemanha utiliza apenas a imagem de dois personagens: Marion e Norman Bates. Marion é retratada em cores e Norman em branco e preto. A imagem de Norman sugere pânico, uma vez que ele aparece tampando sua própria boca com uma das mãos e a outra mão surge estendida e aberta à frente, como se estivesse pedindo para alguém não fazer algo. Quanto a Marion, ela aparece de *soutien* e anágua brancos, a mesma imagem de Marion utilizada no cartaz americano, porém sem a interferência de luz amarelada. A figura do diretor Alfred Hitchcock aparece com ar imperativo neste cartaz alemão: abaixo à direita, com o braço estendido e apontando para o logotipo do filme com o dedo indicador. O logo, *Psycho*, aparece em vermelho na metade inferior do cartaz.

A imagem de Norman Bates, tampando sua própria boca com uma das mãos e a outra mão estendida e aberta à frente, também é reproduzida no cartaz espanhol, porém este utiliza outra imagem de Marion: a atriz surge gritando. A casa onde a família Bates mora também é exibida, neste cartaz, com uma alusão a uma das cenas do *trailer* quando o diretor apresenta a casa para o espectador. Cabe destacar que no cartaz produzido na Espanha a figura do diretor também aparece, agora com o dedo indicador próximo à sua boca, como se pedisse silêncio sobre os segredos chocantes da história. O logo do filme *Psicosis* também aparece em branco no cartaz.

O cartaz belga insere todas as imagens vistas já em outros cartazes: Marion aparece duas vezes, uma delas seminua (como nos cartazes americano e alemão), a outra gritando (mesma imagem do cartaz espanhol); Norman demonstrando desespero (mesma imagem dos cartazes alemão e espanhol) e Sam sem camisa (mesma imagem do cartaz americano). O logo do filme *Psychose* aparece em branco, no meio do cartaz.

O cartaz italiano é um pouco diferente dos demais, nas cores verde, branco e preto, ele reproduz apenas um personagem: o enigmático e conflituoso Norman Bates. O logo, *Psyco*, também aparece em branco, na parte inferior à direita. Contudo, além

de reproduzir o 'logo', tal qual utilizado em todos os outros cartazes, o mesmo reaparece, “picado”, em duas partes alocadas em dois outros lugares distintos na parte superior deste cartaz: a sílaba PSY está distante da sílaba CO. A figura do diretor também aparece no cartaz italiano, porém ele parece apenas observar algo, enquanto seu olhar se dirige para a imagem do ator Perkins.



FIGURA 39: Cartaz de divulgação na Alemanha.

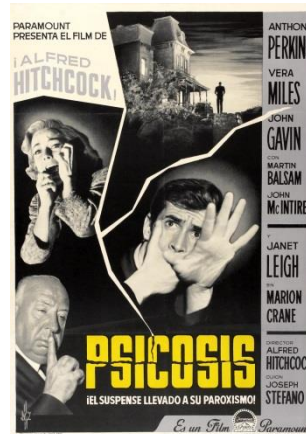


FIGURA 40: Cartaz de divulgação na Espanha.



FIGURA 41: Cartaz de divulgação na Bélgica.

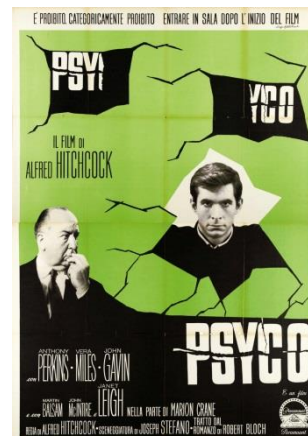


FIGURA 42: Cartaz de divulgação na Itália.

3.3 CRÉDITOS INICIAIS

Os créditos de abertura dos filmes sempre foram muito simples e diretos. Saul Bass foi o primeiro *designer* gráfico a utilizá-los de maneira criativa, com o objetivo de contar um pouco da narrativa já em sua abertura.

Entre os anos de 1940 e 1990, ocorreu uma predominância dos fundos cinematográficos, ou seja, um fundo em movimento sob as cartelas de titulação. Neste caso existiram inúmeras imagens representativas. Na verdade, boa parte da produção norte americana que foi exibida em todo o mundo no período pós-segunda guerra utilizou este tipo de recurso. [...] A sociedade, principalmente a americana, nos anos 58, 59 e 60 do século XX viveu mudanças muito radicais do ponto de vista tecnológico, político e cultural. Em 1958 havia nos lares americanos cerca de 45 milhões de televisores. Eram 492 estações de TV, 3.156 de rádio AM e 537 de FM. (RAMOS, 2008, p.17-18)

Saul Bass e Hitchcock trabalharam juntos em diversos filmes, antes da produção de *Psicose*, como, por exemplo, em *Vertigo* (1958) e *North by Northwest* (1959) para os quais Bass produziu os créditos de abertura. Em 1960, Bass e Hitchcock repetiram a parceria, quando então o diretor convidou Bass para ser também o *pictorial consultant*¹⁰⁴ do seu novo filme, além de produzir o crédito de abertura. O logotipo do filme criado por Tony Palladino influenciou o conceito abordado nos créditos de abertura criados por Saul Bass.

Ainda segundo André Ramos,

Em *Psicose*, Bass teve auxílio de Harold Adler, com quem já havia trabalhado anteriormente em *Um Corpo que Cai* e *Intriga Internacional*, além do diretor de animação William Hurtz e o câmera e produtor Paul Stoleroff, que mantinham intensos debates sobre a forma de se executar os sempre precisos e completos *storyboards* de Saul Bass. O campo visual era formado por trinta barras metálicas de alumínio, pintadas de preto, que eram movimentadas sobre um fundo branco, passo-a-passo, utilizando câmeras *stop-action*, que eram próprias para uso em animação *stop-motion* e permitiam o registro de fotogramas de forma interrupta, produzindo o “movimento” gradualmente. Este movimento das barras era feito através de “contadores” posicionados a cada barra, e indicavam precisamente o número de quadros por segundo, que variavam de acordo com a distância e velocidade de cada barra.

¹⁰⁴ Como já ditto anteriormente optou-se por não traduzir este termo, pois essa função não existe no cinema brasileiro. Será utilizado apenas o termo que é encontrado no longa original.

Antes dos anos 60, os títulos eram feitos à mão, com pincéis. Adler utilizou no título de *Psicose* a fonte *Venus Bold Extended*, uma família de letra muito popular na época. As fotocomposições foram cortadas horizontalmente em três partes que eram movimentadas separadamente. Para os outros elementos textuais, como “*directed by Alfred Hitchcock*” foi utilizada a *New Gothic Bold*, também segmentada em três partes horizontais. (RAMOS, 2008, p.26)



FIGURA 43: Início dos créditos de abertura do longa.



FIGURA 44: Retas paralelas na horizontal com elementos da tipografia.



FIGURA 45: Nome do diretor nos créditos.



FIGURA 46: Título do filme em tipografia distorcida e rompida.

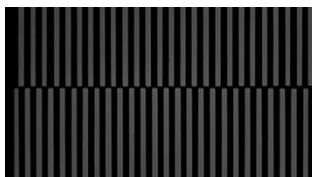


FIGURA 47: Retas em preto e cinza paralelas, desencontradas na vertical.



FIGURA 48: Retas verticais mesclando com o nome do ator principal.



FIGURA 49: Retas horizontais surgindo do lado esquerdo e direito.



FIGURA 50: Retas horizontais que surgem do centro.

Os créditos deste longa têm um minuto e quarenta e nove segundos e se iniciam com uma tela cinza que é cortada por linhas retas paralelas e horizontais em preto que surgem do lado direito para o esquerdo da tela (fig.43). Em seguida altera-se a cor do fundo da imagem que passa a ser preto (fig.45). Os nomes dos membros do elenco e da equipe são apresentados intercalados com essas linhas que aparecem tanto horizontal quanto verticalmente, surgindo pelos dois lados (Fig.49), por cima e por baixo e, em um dado momento, do centro para fora da tela (Fig. 50).

A figura 48 é um exemplo das retas paralelas que se mesclam com os nomes dos componentes do elenco e com o nome do diretor. Essa distorção e movimentação parece representar um retrato do psiquismo do protagonista e também sugere, de certa maneira, sua confusão mental – sua principal característica.

O título do filme é apresentado aos dez segundos de filme: sua tipografia é quebrada e os elementos gráficos se “movem” no ritmo da trilha (fig.46). Nesta apresentação do título há clara alusão ao conceito de rompimento, perfuração, abordado no filme.

Segundo Silva Pena, a ideia dos créditos de abertura “é, de alguma forma, antecipar para a audiência algo que ainda está por vir no *continuum* narrativo”, e é possível ver claramente que esse foi o caso dos créditos do longa-metragem *Psicose*.

Minha análise baseia-se na posição das linhas já que, dentro da sintaxe da linguagem visual, a horizontalidade tende a passar o sentido de tranquilidade, enquanto o vertical, o dinamismo. É possível notar também que Bass enfatiza a entrada e saída de um conjunto de linhas paralelas que cortam a tela tanto horizontal quanto verticalmente (dois tipos de movimentos opostos), configurando o conceito da

duplicidade de movimentos de entrada e saída, descida e subida.

Essa ideia de duplicidade é o tempo todo explorada, vemos quebras de expectativa, trabalhando momentos de tensão e relaxamento, que podemos notar na própria estrutura do filme. Essa duplicidade também é percebida em alguns momentos do enredo, como através da dupla personalidade do protagonista, das duas construções, casa e motel, e dos dois assassinatos cometidos.

No longa, Norman ao falar no motel com Marion, preocupando-se com a mesma, demonstra ser um homem tímido, calmo e atencioso. Mas, há outra personalidade completamente contrária a essa, que é aquela que se apresenta quando ele se traveste de mulher – sua mãe assassinada pelo mesmo¹⁰⁵ – e que é capaz de cometer crimes brutais.

No *trailer*, o diretor refere-se apenas à primeira personalidade, como um jovem que é controlado por uma mulher e sofre com esse comportamento. A segunda personalidade não é mencionada, pois sua revelação é a solução para o suspense e ela se dá apenas no final do longa.

No longa, Norman, quando travestido de sua mãe, comete o primeiro crime, após espiar Marion através de um buraco na parede - retrato do seu interesse por Marion e de seu comportamento *voyeurista*. O jovem não consegue controlar o seu desejo e quando a sua segunda personalidade aparece, o suposto ciúme que sua mãe sentiria dele se sobressai e ele ataca Marion com uma faca, enquanto a mesma toma banho, momento esse tão íntimo e solitário.

O segundo assassinato é cometido pela mesma 'pessoa' (Norman travestido), com a mesma arma, porém acontece na casa e não no motel e por um motivo diferente: matar o detetive que pode descobrir informações sobre o primeiro crime. A vítima é Arbogast, que vai até a casa da família para tentar descobrir pistas sobre a morte de Marion e que, ao subir as escadas da casa, é surpreendido pela “mulher” que lhe agride com uma facada no rosto que o faz rolar a escada da casa até o chão. Caído

¹⁰⁵ No livro, as mortes de mãe e o padrasto de Norman são explicadas ao final do romance: Norman havia os assassinado envenenados. Já no filme podemos ouvir a explicação sobre a relação do jovem e sua mãe, o motivo do assassinato, porém não se explica a maneira como mãe e padrasto foram assassinados.

no chão, ele é golpeado novamente em seu corpo.

A maneira como as linhas são expostas nos créditos de abertura alude aos movimentos da faca, arma branca utilizada para os assassinatos na diegese.

3.4 A CENA DO CHUVEIRO NO *TRAILER* E NO LONGA

A cena do assassinato no chuveiro é a cena-chave na qual é possível compreender o conceito geral da trama: o erotismo, a perversão, o *voyeurismo* e a psicopatia do protagonista. Embora no *trailer* esta cena não seja reproduzida, alguns elementos-chave desta sequência estão nele presentes.

No longa, após uma conversa entre Marion e Bates na sala do motel,¹⁰⁶ em que ele afirma que sua mãe seria capaz de cometer uma loucura, Marion vai para seu quarto. Enquanto ela tira suas vestimentas, o jovem a espiona através do buraco feito atrás do quadro, cuja importância é mencionada no *trailer*, e depois ele se dirige para a sua casa.

Após isso, a moça aparece sentada, ainda em seu quarto, fazendo cálculos em um caderno. Ela rasga o papel e o joga dentro do vaso sanitário. Esse último elemento também é destacado no *trailer*, quando Hitchcock narra que ali foi encontrada uma pista sobre o assassinato.

A jovem entra no *box* e enquanto toma banho é surpreendida por uma pessoa que não conseguimos identificar quem é, mas, pela sua silhueta, parece ser uma mulher com uma faca na mão.

Nessa cena vemos signos que criam pistas e geram o imaginário de perversão e erotismo

¹⁰⁶ No *trailer*, o ambiente onde Marion e Bates tem a conversa que antecede o assassinato da protagonista é apresentado por Hitchcock. Tanto no mini filme como no longa é possível ver os pássaros embalsamados.



FIGURA 51: Signos representados nos frames do longa metragem: facadas; rompimento; sangue e ruptura.

Vale lembrar que no romance de Bloch, a assassina é descrita, no terceiro capítulo, com muitos detalhes sobre o seu rosto: “o rosto insano de uma velha louca”, (1964, p.28). Tanto no romance, como no longa-metragem, conforme apontado, a arma é uma faca. No *trailer*, a cena não é exibida, mas há indicações importantes sobre ela.

3.4.1 Storyboard

Desde a década de 1970, há uma enorme polêmica em torno da autoria da cena do assassinato no chuveiro do filme *Psycho*, sem dúvida, uma das mais famosas cenas do cinema mundial. Esta polêmica sobrevive até os dias de hoje e vem sempre ganhando novas cores. Recentemente ela foi atualizada com a reedição do livro *Alfred Hitchcock e os bastidores de Psycho*, de Stephen Rebello (Rio de Janeiro: Intrínseca,

2013), cuja primeira edição data de 1990. Nesta obra, Rebello comenta a reivindicação da autoria de tal cena por Saul Bass.¹⁰⁷

Em uma entrevista dada em 1973 para a revista inglesa *London Sunday Times*, Saul Bass afirma que, além de desenhar (decupar visualmente) a cena, também a dirigiu. Segundo seu relato: “(...) todo mundo ficou louco com a cena do chuveiro que fiz, quase literalmente tomada por tomada, a partir dos meus desenhos. E aí Hitchcock pensou duas vezes”. (*apud* REBELLO, 2012, p.124) Relato semelhante é encontrado em uma matéria publicada na revista *Variety (Nova Iorque)*, de 1981.

Hitchcock, por sua vez, afirma que ele próprio dirigiu tal cena. Em uma entrevista dada a Truffaut, reproduzida no livro *Hitchcock / Truffaut: entrevistas* (2004), o diretor garante que contratou Bass para fazer os créditos do filme e que o deixou realizar os desenhos para apenas uma cena, que não é a do assassinato no chuveiro. Diz ele: “Saul Bass devia fazer os créditos e, como o filme o interessava, deixei-o desenhar uma cena, a do detetive Arbogast subindo a escada antes de ser apunhalado. [...] Quando vi os copiões da cena, percebi que não estava bom...”. (2004, p. 278)

Nessa entrevista, portanto, o diretor relembrou os desenhos do *designer* para a cena que antecede o assassinato do detetive, sem sequer mencionar a existência dos *storyboards* da cena do chuveiro. Deve-se aqui notar também que a sequência do detetive subindo a escadaria da casa é, em termos de enquadramentos e montagem, quase tão especial e bem desenhada quanto à do chuveiro, podendo ambas, portanto, terem sido obras de Bass.

De acordo com a reconstrução dos bastidores do filme realizada por Stephen Rebello em seu livro, não há consenso sobre a autoria da cena em questão, nem mesmo entre pessoas que faziam parte do *set* de filmagem. A figurinista Rita Riggs, por exemplo, diz ter lembranças do *storyboard* de Bass. A protagonista, Janet Leigh, apesar de reconhecer que a cena foi dirigida exclusivamente por Hitchcock, afirma ter visto os desenhos de Saul Bass nas mãos de Hitchcock e que conhecia os *storyboards* desde o início das filmagens. Por outro lado, o continuísta, Marshall Schlom, contou

¹⁰⁷ Saul Bass foi um designer gráfico americano que produziu inúmeros cartazes de filmes e aberturas de longas metragem, incluindo trabalhos com diretores como o próprio Alfred Hitchcock, Stanley Kubrick, entre outros, como já afirmado anteriormente.

que jamais viu “um *storyboard* da forma como os concebemos hoje”. Também o assistente de direção, Hilton Green, nega veementemente a participação de Bass na direção da cena em questão e classifica qualquer questionamento como “ridículo” (2013, p.127).

O *storyboard* de autoria de Bass para a cena foi, no entanto, reproduzido no livro *Saul Bass, a life in film and design*, escrito por Jennifer Bass e Pat Kirkham. (2011, p. 186) O desenho da água do chuveiro possui texturas que já apontam para a dramaticidade a cena.

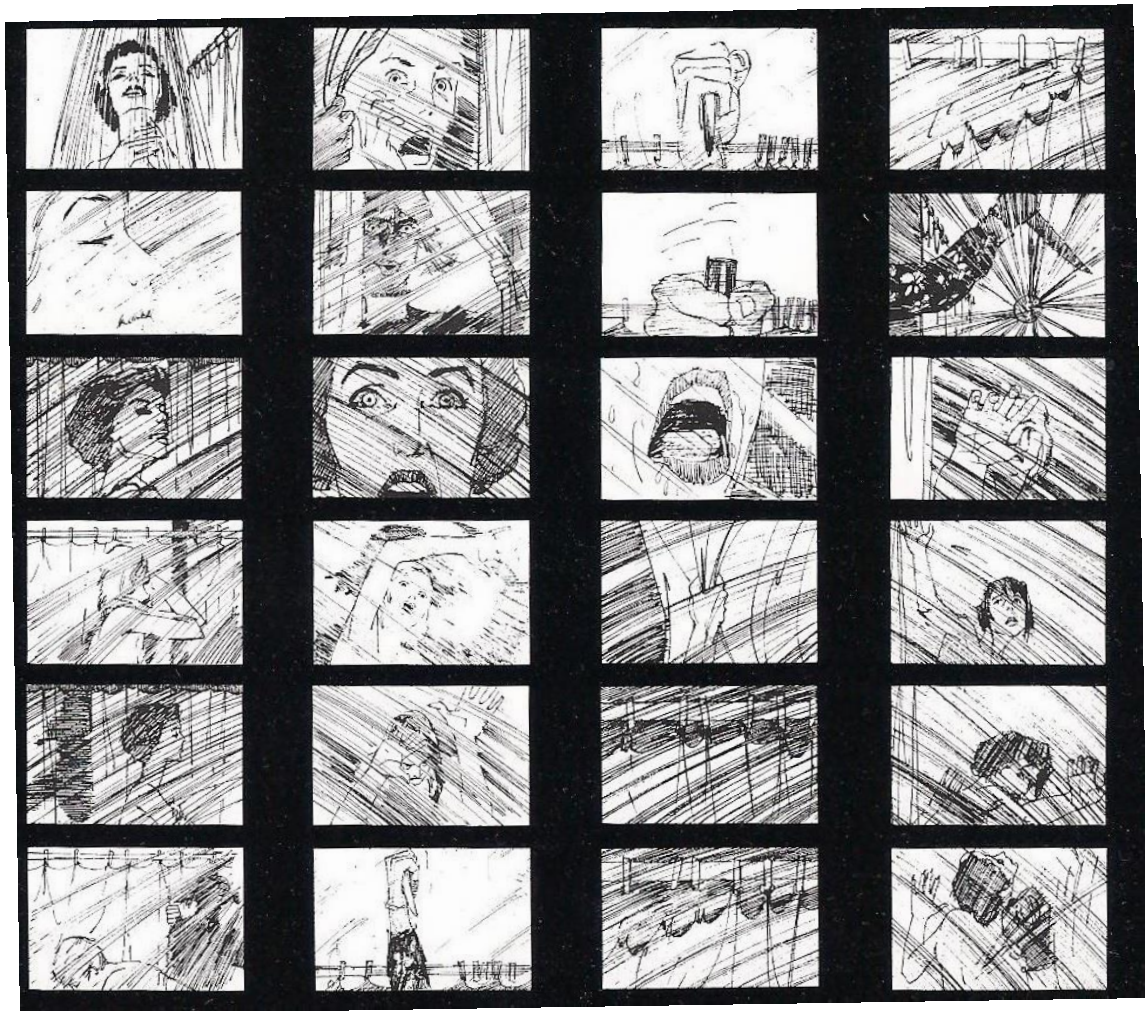


FIGURA 52: Parte 1 do storyboard da cena do chuveiro encontrado no livro: *Saul Bass, a life in film and design*.

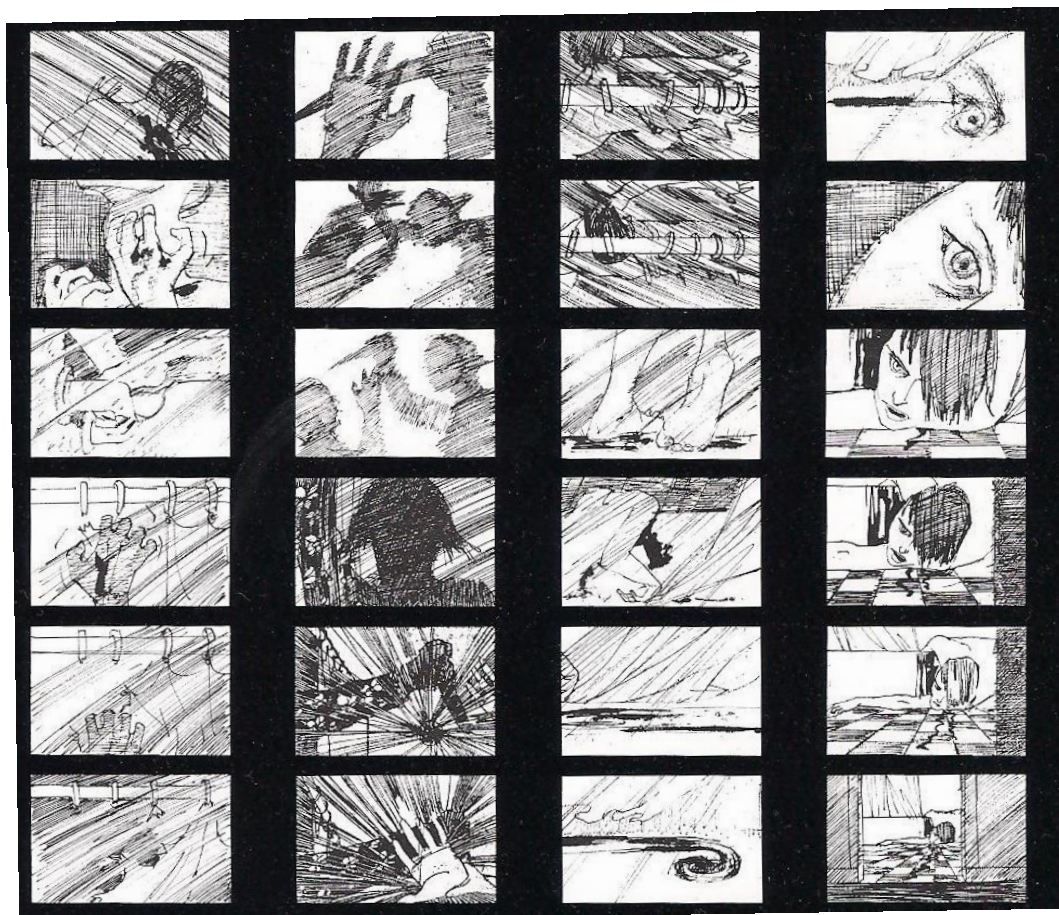


FIGURA 53: Parte 2 do storyboard da cena do chuveiro encontrado no livro: *Saul Bass, a life in film and design*.

Há, sem dúvida, semelhanças importantes nas duas obras (*storyboard* e cena do longa), tais como a sequência da cortina do *box* sendo puxada para baixo quando a vítima cai após ser golpeada pelo assassino; o conceito de cortes rápidos; os enquadramentos do chuveiro (visto de baixo para cima; o ralo com o sangue escorrendo; os *closes* do olhar da vítima caída ao chão e da boca de Marion enquanto grita). Tanto no *storyboard* como no longa a personagem não aparece de corpo inteiro, é como se ela fosse sendo recortada: primeiro aparece o seu rosto, depois os seus olhos, boca, mãos, seus pés e, novamente, a câmera volta para os seus olhos sem que, em nenhum momento, imagens dos seus seios, vagina e nádegas apareçam.



FIGURA 54: Fotogramas de planos do longa que representam os fragmentos da personagem.

Jennifer Bass e Pat Kirkham afirmam que algumas imagens foram propostas no roteiro e outras surgiram da imaginação de Saul Bass. Apesar das semelhanças existentes entre as duas obras, não há evidências definitivas que permitam afirmar se Hitchcock viu ou não o *storyboard* de Saul Bass antes da roteirização da obra.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sem dúvida, ao realizar o filme *Psicose*, bem como o seu *trailer*, créditos iniciais e os demais materiais que o envolvem, Hitchcock seguiu sua máxima segundo a qual fazer um filme era para ele primeiro e acima de tudo contar uma boa história: "essa história pode ser inverossímil, mas nunca pode ser banal." (2004, p. 101). Certamente, a trama de *Psicose* jamais poderia ser considerada banal, ela é acima de tudo dramática e humana.

Após a análise da evolução histórica dos *trailers* desde o início do século XX, com especial atenção às alterações sofridas no que diz respeito à sua estética e às suas funções e métodos de produção, pudemos perceber que o *trailer* de *Psicose* foi extremamente inovador e representou um marco não apenas na carreira de Hitchcock, mas um marco na história dos *trailers*.

A fim de compreender a forma de Hitchcock divulgar suas histórias, desde que passou a fazer filmes nos Estados Unidos, procedeu-se, nesta dissertação, a uma pequena análise de cada um de seus *trailers* de 1940 a 1960. A partir desta foi possível perceber em que medida o *trailer* de *Psicose* apresentava algumas inovações importantes: foi neste *trailer* que o diretor, pela primeira vez, apareceu conversando com o espectador, que o reconheceu imediatamente, dada a popularidade alcançada pelo diretor através de seu programa televisivo e seus filmes. Viu-se, ainda, que este se constituiu como o *trailer* de Hitchcock com maior tempo de duração (seis minutos e trinta segundos) e, diferentemente dos outros vinte e um *trailers* estudados, nele, nenhuma cena do longa é exibida. Destaca-se que suas filmagens foram feitas exclusivamente para a sua produção.

Tendo em vista a entrevista dada por Hitchcock à Truffaut publicada no livro *Hitchcock/Truffaut: entrevistas*, ficou clara a diferença que o diretor inglês vê entre suspense e surpresa¹⁰⁸. O *trailer*, assim como as demais peças de divulgação, representa um elemento muito importante no contexto do suspense hitchcockiano: o

¹⁰⁸ A surpresa é quando o público não sabe que determinada situação vai ocorrer e de repente sem aviso prévio ela acontece, já o suspense é quando o público sabe o que irá acontecer, porém não sabe quando isso vai ocorrer, como o próprio exemplo que o diretor dá em sua entrevista à Truffaut: a surpresa é quando, de repente, uma bomba explode, já o suspense é quando o público viu alguém colocar aquela bomba e enquanto ela não explode outras situações acontecem.

público sabe parte da história (sabe que ali aconteceram dois crimes, que um personagem é dominado por uma mulher e que, durante o banho, uma pessoa é assassinada). A cena do assassinato no banheiro, anunciada pelo diretor, é a bomba que o público viu 'ser deixada embaixo da mesa'.

Mais do que um cineasta e um autor do gênero suspense, Hitchcock é o *mestre* do suspense. Pela maneira como o diretor constituiu o *trailer* e toda a campanha publicitária deste filme, fica claro como ele soube conduzir com maestria o ambiente em que o espectador entraria, antes mesmo de assistir ao filme. O clima que é impresso no *trailer*, cartazes e folhetos cria este ambiente, assim como faz do espectador um cúmplice do diretor.

A trilha sonora também se tornou peça importantíssima para a criação desse ambiente de suspense, a nossa análise aqui se dividiu em duas partes: a trilha no longa que fora produzida por Bernard Herrmann e no *trailer*. Diretor e compositor procuraram manter no *trailer* e na abertura do filme a mesma dramaticidade, e para tanto, Herrmann criou uma fantástica trilha para orquestra de cordas, como apontado anteriormente. A trilha emblemática da cena do assassinato até os dias de hoje é amplamente reproduzida e, ao escutá-la, as pessoas rapidamente a reconhecem e identificam ao filme.

Ainda, após o estudo da bibliografia dedicada ao tema, pudemos perceber que os materiais e as obras a que chamamos de intertextos do filme *Psicose* (seus cartazes, sua abertura, texto original e *trailer*) criaram uma identidade única e complexa para a obra e podem também se configurar como seus *paratextos*: categoria definida por G. Genette (1982). Considero que um filme, assim como uma obra literária, para Genette, consiste essencialmente num texto: uma sequência de enunciados cheios de significação.

Esse texto raramente se apresenta em estado nú, sem o reforço e o acompanhamento de certo número de produções, verbais ou não, como o nome de um autor, um título, um prefácio, ilustrações que nunca sabemos se devemos ou não considerar parte dele, mas que em todo o caso o cercam e o prolongam, exatamente para apresentá-lo no sentido habitual do verbo, mas também em seu sentido mais forte: para torná-lo presente, para garantir sua presença no mundo, sua “recepção” e seu consumo sob a forma, pelo menos hoje, de um livro. Esse acompanhamento de extensão e conduta variáveis

constitui o que em outro lugar batizei de *paratexto* da obra [...] (GENETTE, 2009, p. 9)

Segundo o autor, pode-se considerar como exemplos de *paratextos* o título, subtítulos, intertítulos, capas, prefácios, notas, epígrafes, ilustrações, dedicatórias, press-release, entrevistas, debates, entre outros acessórios. Sendo assim, ao pensar nesses termos para o cinema, poderíamos considerar os créditos de abertura análogos ao prefácio de uma obra escrita, definido por Genette como: “toda espécie de texto liminar (preliminar ou pós-liminar), autoral ou alógrafo, que consiste num discurso produzido a propósito do texto que segue ou que antecede” (2009, p.145). Já o *trailer* (ao lado do romance e do *storyboard*), seria como o epitexto: algo que não está exatamente anexado à obra.

É interessante notar que, no caso de *Psicose*, esses materiais contribuíram muito para a complexidade da narrativa. Inicialmente, o público não sabe que determinados signos farão parte da narrativa em questão, mas, após assistir ao filme vem à sua memória os sinais que foram evidenciados ou indiciados naqueles materiais e todos passam a ser lidos convergentemente¹⁰⁹ formando, de forma ampla, o *conceito geral* explorado por Hitchcock: a sexualidade reprimida, o *voyeurismo*, a perversidade e a violência.

Hoje em dia explorar narrativas (tanto de filmes como de séries) através de diferentes tipos de mídias como HQs, jogos, episódios na web, sites, etc, é uma prática amplamente utilizada. Essas narrativas transmídias fazem parte de um processo que Henry Jenkins¹¹⁰ chamou de cultura da convergência¹¹¹. A cultura da convergência é a transformação que vivemos hoje “onde as onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis”

¹⁰⁹ Hoje em dia explorar narrativas (tanto de filmes, como de séries) através de diferentes tipos de mídia tais como HQs, jogos, episódios na *web*, *sites*, etc, é uma prática amplamente utilizada. Essas narrativas transmídias fazem parte de um processo que Henry Jenkins chamou de cultura da convergência. A cultura da convergência é a transformação que vivemos hoje “onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis”. (2009, p.27).

¹¹⁰ Jenkins é fundador e diretor do Programa de Estudos de Mídia Comparada e pesquisador.

¹¹¹ Conceito apresentado em seu livro “Cultura da Convergência” (2008).

(2009, p.27). O autor afirma que há três fenômenos neste cenário: convergência dos meios de comunicação, cultura participativa e inteligência coletiva.

Antigamente consumidores e produtores de conteúdo tinham seus papéis claramente definidos, os primeiros estavam restritos à posição de consumo e não participavam de maneira ativa com os produtos.

Apesar de *Psicose* ter sido feito há mais de 50 anos, seus fãs começaram a interagir com os produtos de hoje. Já existe um *site* em que é possível encontrar diversas informações sobre Hitchcock e suas obras: www.hitchwiki.com. Existem comunidades na rede social *facebook* criadas por fãs nas quais são debatidas diversas questões a respeito do filme e até se clama pela restauração da casa que foi construída para o longa, como é o caso da comunidade *Save the Psycho House*.

Além disso, mesmo não sendo o objetivo de Hitchcock e o próprio só tendo dirigido o primeiro, foi criada uma franquia de *Psicose*, composta de mais três filmes, dirigidos por diretores diferentes. Vinte e três anos depois do lançamento de *Psicose*, foi lançado o longa-metragem *Psicose II*, dirigido por Richard Franklin (o filme é uma continuação do longa original e conta a história de Norman Bates após sair do sanatório). Em 1986, mais uma continuação, *Psicose III*, dirigido pelo protagonista do primeiro filme, Anthony Perkins, e em 1990, *Psicose IV* (Mick Garris), no qual Bates se recorda de fatos ocorridos na sua infância¹¹². Nos três filmes, Norman Bates foi vivido pelo ator do filme original.

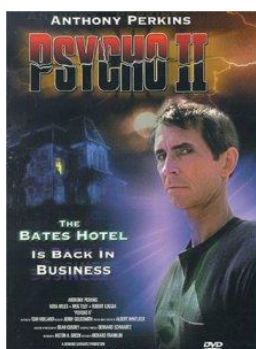


FIGURA 55: Capa do DVD de *Psicose 2*.

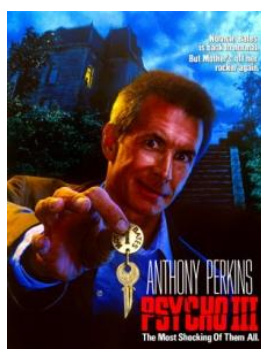


FIGURA 56: Capa do DVD de *Psicose 3*.



FIGURA 57: Capa do DVD de *Psicose 4*.

¹¹²Além das continuações, também foi feito um *remake*, em 1998, dirigido por Gus Van Sant.

Na tentativa de explorar ainda mais a história de como teria sido a vida de Norman Bates antes de se tornar um psicopata, foi criada, em 2013, a série *Bates Motel*.

Tantas possibilidades de mídias existentes na atualidade permitem que muito seja feito para divulgar um filme, para instigar a curiosidade do público e atraí-lo para o cinema, além de criar uma série de possibilidades de espaços de interação entre os espectadores e de abertura para questionamentos acerca da obra assistida, seus temas e estética, em inter-relações com a cultura e com a sociedade¹¹³, esta última uma função primordial de um meio de comunicação - como o é o cinema -, e, portanto, dos filmes e *paratextos* que o configuram.

Entretanto há também o risco dessas mídias adiantarem demais a história tornando a experiência do filme em si frustrante, como é o caso, a meu ver, do longa metragem *Prometheus*, exemplificado no primeiro capítulo desta dissertação.

Às vezes, isso pode romper com a expectativa que o *trailer* deveria criar em relação ao filme. Em alguns casos os próprios *trailers* frustram os espectadores, quando mostram as principais cenas, as melhores piadas, as explosões mais emocionantes, os sustos mais surpreendentes e não se vê nada novo no longa metragem em questão.

¹¹³ Outro exemplo dessas transformações midiáticas são os casos de filmes e séries americanas, como por exemplo, a série *Lost* sobre a qual frequentemente são criados pelos seus fãs blogs, sites e fóruns de discussão, além de produzirem conteúdos afim de debater as lacunas deixadas nos episódios.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALTMAN, Rick. *Los géneros cinematográficos*. Trad. de Carlos Roche Soárez
Barcelona, Buenos Aires: Paidós, 2000.
- ARAÚJO, Inácio. *Alfred Hitchcock: o mestre do medo*. São Paulo: Editora Brasiliense,
1984.
- AUGROS, Joel. *El Dinero de Hollywood: Financiación, producción, distribución y
nuevos mercados*. Barcelona: Paidós, 2000.
- AUMONT, Jacques & MARIE, Michel. *Dicionário Teórico e Crítico de Cinema*. Trad.
de Eloisa Araújo Ribeiro. Campinas: Papiros, 2006.
- AUMONT, Jacques. *O Olho Interminável, Cinema e Pintura*. São Paulo: Cosac &
Naify, 2004.
- BARBOZA, N. A. *Cinema – arte, cultura, história*. Rio de Janeiro: Nelson Alves
Barboza. 2007.
- BARTHES, R. , TODOROV, T; GREIMAS, A. J.; BREMOND, C.; ECO, U.; GRITTI, J.;
MORIN, V.; METZ,C.; GENETTE, G. (eds). *Análise Estrutural da Narrativa*. Trad. de
Maria Zélia B. Pinto. Petrópolis: Vozes, 2011.
- BARTHES, Roland. Introdução à análise estrutural da narrativa; *In:.* BARTHES, R. *et
all* (Eds), *Análise Estrutural da Narrativa*. Trad. de Maria Zélia B. Pinto. Petrópolis:
Vozes, 2011, p. 19-62.
- BERRY-FLINT, Sarah. *Genre*. *In: MILLER, Toby; STAM, Robert* (eds.). *A companion to
film theory*. Oxford, UK: Blackwell Publishing, 1999, pp. 25-44.
- BLOCH, Robert. *Psicose*. Trad. de Olívia Krahenbuhl. Rio de Janeiro: Best Seller,
1964.

BORDWELL, David. O cinema clássico hollywoodiano: normas e princípios narrativos. *In: RAMOS, Fernão (org.). Teoria contemporânea do cinema: documentário e narrativa ficcional*, vol. 2. Trad. de Fernando Mascarello. São Paulo: Senac, 2005, p. 277-301.

BUSCOMBE, Edward. A ideia de gênero no cinema americano. *In: RAMOS, Fernão (org.). Teoria contemporânea do cinema: documentário e narrativa ficcional*, vol. 2. Trad. de Tomás Rosa Bueno. São Paulo: Senac, 2005, p. 303-318.

CARREGA, Jorge. O cinemascopo e o efeito travelogue no cinema de Hollywood nas décadas de 1950 e 1960. *In: Atas do II Encontro Anual da AIM*, editado por Tiago Baptista e Adriana Martins, 142-151. Lisboa: AIM. 2013.

CARRASCOZA, João Anzanello & FURTADO, Juliana de Assis. O pensamento estruturalista e as teorias de comunicação. *Comunicação, mídia e consumo*. São Paulo, v.6, n. 16, p. 173-83, jul. 2009.

CHAVES, A. *Cinema, TV, Publicidade Cinematográfica*. São Paulo: EUD, 1987.

DONDIS, D. *A sintaxe da linguagem visual*, São Paulo: Martins Fontes, 2003.

GARDIES, R.(org.). *Compreender o cinema e as imagens*. Trad. de Pedro Elói Duarte. Lisboa: Texto&Grafia, 2008.

GENETTE, Gérard. Fronteiras da Narrativa. *In: BARTHES, R. et al (Eds), Análise Estrutural da Narrativa*. Trad. de Maria Zélia B. Pinto. Petrópolis: Vozes, 2011 p. 265- 284.

GENETTE, Gérard. *Palimpsestes. La littérature au second degré*. Paris: Seuil. 1982.

GENETTE, Gérard. *Paratextos Editoriais*. Trad. de Álvaro Faleiros. Cotia: Ateliê Editorial, 2009.

IUVA, Patricia. *A desconstrução audiovisual do trailer*. *Em Questão*, Porto Alegre, v. 16, n. 1, p. 165-177, jan./jun. 2010.

_____. *A reinvenção do trailer como experiência audiovisual autônoma*.

Dissertação de Mestrado em Ciência da Comunicação defendida junto ao Programa de Pós-graduação em Ciência da Comunicação da UNISINOS, em 2009.

- JENKINS, Henry. *Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação*; Trad. de Susana Alexandria. – 2ª ed. – São Paulo: Aleph, 2009.
- JOHNSTON, Keith M. *Coming Soon, Film Trailers and the Selling of Hollywood Technology*. Carolina do Norte: McFarland & Company, 1973/2009.
- KERNAN, Lisa. *Coming Attractions Reading American Movie Trailers*. Austin: University of Texas Press, 2004.
- KOTLER, Philip. *Administração de Marketing*, 12ª ed. Trad. de Mônica Rosemberg, Claudia Freire e Brasil Ramos Fernandes. São Paulo: Prentice Hall. 2000.
- LANGIE, Cinthia. *A sedução nas telas de cinema: uma análise dos trailers de Cazuza e Olga*. Dissertação de Mestrado em Comunicação defendida junto ao Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-RS, em 2006.
- _____. *Trailer e o processo de sedução no cinema. Famecos/PUCRS Porto Alegre no 14*, p.15-23, Dezembro 2005.
- LAKATOS, Imre. History of science and its rational reconstructions. *In: BUCK, R. C. & COHEN, R. S. (eds), PSA 1970: in memory of Rudolf Carnap*. Dordrecht: D. Reiden, 1971, p. 91-136. (*Boston Studies in the Philosophy of Science*, v.8).
- LOS BEN, S. Melanie-Anne. *Coming Soon to an Archive Near You: Movie Trailers and Their Need for Access & Preservation*. Tese apresentada para a obtenção do grau de Master of Arts in Moving Image Archiving and Preservation junto a Tisch School of the Arts, Department of Cinema Studies da New York University, 2011.
- MARIE, M e JULIER, L. *Lendo as imagens do cinema*. Trad. de Magda Lopes. São Paulo: SENAC, 2009.
- MARTIN, Marcel. *A linguagem cinematográfica*. Trad. De Paulo Neves. São Paulo: Brasiliense, 2003.
- METZ, Christian. *A significação no cinema*. Trad. Jean-Claude Bernardet. São Paulo: Perspectiva, 2006.
- _____. *Linguagem e cinema*. Trad. Marilda Pereira. São Paulo: Perspectiva, 1971.

MONZANI, Josette. *Gênese de Deus e o Diabo na terra do Sol*. São Paulo: Anablume/UFBA/ Fundação Gregório de Mattos/ FAPESP, 2006.

PAIVA, Samuel. A propósito do gênero road movie no Brasil: um romance, uma série de TV e um filme de estrada. *Revista Rumores* – V. 3, n. 3 volume 1, Setembro-Dezembro de 2009, pp. 1-11 (<http://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/51167/55237>).

PAZ, José L. Castro de. *El surgimento del telefilme: los años cincuenta y la crisis de Hollywood: Alfred Hitchcock y la televisión*. Barcelona: Editorial Paidós, 1999.

PEDROSA, Israel. *Da cor à cor inexistente*. Ed. 10. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2009.

PUCHE, Salvador Martínez. *Tráiler de cine: híbrido entre spot publicitário y demonarrativa*. Tese de doutorado defendida junto a Facultad de Comunicación y Documentación. Universidad de Murcia, Espanha, 2005.

QUINTANA, Haenz Guiérrez. *Design de comunicação no marketing de cinema*. *Actas de Diseño*, v. 9, p. 146-153, 2010.

_____. *Marketing de cinema: a promoção de filmes na era digital*. Tese de doutorado em **Multimeios** defendida junto ao Programa de Pós-graduação em **Multimeios do Instituto de Artes da UNICAMP**, 2005.

_____. *O trailer no sistema de marketing de cinema: à procura do quinto elemento*. Anais do 26º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belo Horizonte-MG, setembro de 2003. São Paulo: Intercom, 2003. [cd-rom].

_____. *Cartaz, cinema e imaginário*. Dissertação de Mestrado em **Multimeios** defendida junto ao Programa de Pós-graduação em **Multimeios do Instituto de Artes da UNICAMP**, 1995.

RAMOS, ANDRÉ. *Quando a luz se apaga. A linguagem visual de Kyle Cooper nos créditos iniciais para produções cinematográficas*. Dissertação de Mestrado defendida junto ao Programa de Pós-graduação em **Design do departamento de Artes e Design da PUC-RIO**, 2008.

REBELLO, Stephan. Alfred Hitchcock e os bastidores de Psicose. Trad. de Rogério Durst. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2013.

SALLES, Cecília A. *Crítica genética: fundamentos dos estudos genéticos sobre o processo de criação artística*, São Paulo: EDUC, 2008 (3ª Ed.).

_____. *Gesto inacabado*. São Paulo: Annablume, 2009 (4ª Ed.).

SANTOS, Claudia Melissa Neves dos. *Trailer: Cinema e publicidade no mesmo rolo. Um estudo do trailer e o movie marketing ilustrado pela campanha de lançamento do filme Cidade de Deus*. Dissertação de Mestrado em Comunicação defendida junto ao Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da UFF, 2004.

_____. *TRAILER: cinema e publicidade no mesmo rolo*. 1ª. ed. Goiânia: Claudia Melissa, 2007.

_____. *Trailer: a nova publicidade em um cinema perto de você*. In: INTERCOM, 2003, Belo Horizonte. INTERCOM, 2003.

SANTOS, Márcio Carneiro dos. *O trailer do filme e a retórica da atração*. Dissertação de Mestrado em Comunicação defendida junto ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Anhembi Morumbi, 2009.

SILVA, Odair José Moreira da. *O suplício na espera dilatada: a construção do gênero suspense no cinema*. Tese de doutorado defendida junto ao Programa de Pós-graduação em Semiótica e Linguística Geral do Depto. de Linguística da FFLCH-USP, 2011.

THOMAS, Kevin. "Movie Trailers Have Long Run." *Los Angeles Times (1886-Current File)*,c10, 1966. Retrieved October 26, 2009,from ProQuest Historical Newspapers Los Angeles Times (1881 - 1986). Document ID: 486062522

TODOROV, Tzvetan. As Categorias da Narrativa Literária. In: BARTHES, R. *et all* (Eds), Trad. Maria Zélia B. Pinto, *Análise Estrutural da Narrativa*. Petrópolis: Vozes, 2011, p. 218-264

- TRUFFAUT, François & SCOTT, Hellen. *Hitchcock / Truffaut: entrevistas. Edição definitiva*. Trad. Rosa Freira D'Aguiar. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.
- TURAN, Kenneth. The Lure of Trailers. *American Film*, 8(1), 50-55. 1982
- ROSENFELD, Anatol. Gêneros e traços estilísticos. In. ROSENFELD, Anatol, *O teatro épico*. São Paulo: Perspectiva, 1986.
- STAM, Robert. *Introdução à teoria do cinema*. Campinas, SP: Papirus, 2011.
- XAVIER, Ismail. *O olhar e a cena*. São Paulo: Cosac Naify, 2003.
- XAVIER, Ismail (org). *A experiência do cinema*, Rio de Janeiro: Graal, 2003, 4ª edição.

SITES

- <http://www.ifc.com/news/2009/06/50-greatest-trailers.php> (acessado em 2011)
- www.ancine.gov.br (acessado em 2012)
- [http:// www.movietrailertrash.com/views/history.html](http://www.movietrailertrash.com/views/history.html) - *A brief history of the trailer*. (Acesso em 2012)
- <http://fantastico.globo.com/jornalismo> (acessado em jul/2011)
- <http://www.filmeb.com.br> (acessado em 2013)
- <http://www.imdb.com> (acessado em 2013)
- <http://www.cinamateca.gov.br> (acessado em 2013)
- <http://www.hitchcockwiki.com> (acessado em 2013)
- <http://comciencia.br> (acessado em 2013)
- “Apple.com Named Number One Movie Trailer Site,” Apple Press Release. 15 May 2000. www.apple.com/pr/library/2000/may/15qt.html

REFERÊNCIAS FILMOGRÁFICAS

HITCHCOCK, Alfred, “Psicose”. USA, Paramount, 1960

GERVASI, Sacha, “Hitchcock”. USA, Paramount, 2013

Trailer do filme *Psicose* (legendado): <http://www.youtube.com/watch?v=-dTqhnsWkH8> (acessado em 2012)

Trailer do filme *Psicose* (original): <http://www.youtube.com/watch?v=N8eQ6KTif5U> (acessado em 2012)

FICHA TÉCNICA DO FILME :¹¹⁴

Psicose (Psycho):

EUA, 1960, p&b, 109 min, 35mm, mono

Diretor - Alfred Hitchcock

Produção - Shamley Productions

Produtor - Alfred Hitchcock

Roteiro - Joseph Stefano, baseado no romance de Robert Bloch

Diretor de fotografia - John L. Russell

Direção de arte - Joseph Hurley, Robert Claworthy e George Milo

Figurino - Helen Colvig

Música - Bernard Herrmann

Montagem - George Tomasini

Distribuição - Paramount

Elenco: Anthony Perkins (Norman Bates), Janet Leigh (Marion Crane), Vera Miles (Lila Crane), Martin Balsam (Detetive Milton Arbogast), John Gavin (Sam Loomis), John McIntire (Xerife Al Chambers), Simon Oakland (Dr. Fred Richman), Frank Albertson (Tom Cassidy), Patricia Hitchcock (Carolyn), Vaughn Taylor, Lurene Tuttle, John Anderson (California Charlie)

¹¹⁴ A ficha técnica do *trailer* não foi encontrada. Supõe-se que a equipe tenha sido a mesma do longa metragem.