

***Mãe só há uma e a narrativa imagética
frente à família tradicional brasileira***

***Don't call me son and the imagistic narrative
front of the Brazilian traditional family***

João Paulo HERGESEL¹
Diogo AZOUBEL²

Resumo

O filme *Mãe só há uma* (2016), de Anna Muylaert, ganhou uma divulgação polêmica nas redes sociais – abordadas jornalisticamente nas mídias – depois de apresentadas quatro versões do seu cartaz oficial: duas originais e duas “especiais para a família tradicional brasileira”, *ipsis litteris*. Por se tratar de obra contemporânea, inspirada em fato que marca o jornalismo nacional (*caso Pedrinho*, de 2002), o dialogismo da divulgação com a relação de conservadorismo que percorre a sociedade brasileira é o enfoque da problematização. Por meio de análise estilística, iconográfica e iconológica da narrativa imagética e partindo das indicações de Boris Kossoy, Peter Burke e David Bordwell, investigamos como a construção dos cartazes pode interferir nas mensagens visualmente comunicadas.

Palavras-chave: Cinema. Narrativas imagéticas. Estilística. Iconografia. Iconologia.

Abstract

Don't call me son (2016), by Anna Muylaert, won a controversial disclosure in social networks – covered journalistically in the media – after presented four versions of its official poster: two originals and two “specially for the Brazilian traditional family”, *verbatim*. Because it is a contemporary work, inspired by a fact that marks the national journalism (*the case of Pedrinho*, 2002), the dialogism between disclosure and conservatism relationship that runs Brazilian society is the focus of questioning. Through the stylistic, iconographic and iconological analysis of the imagistic narrative and starting from Boris Kossoy, Peter Burke and David Bordwell, we investigated how the construction of the posters can interfere visually in the messages communicated.

Keywords: Cinema. Imagistic narrative. Stylistics. Iconography. Iconology.

¹ Doutorando em Comunicação (UAM). Membro dos grupos de pesquisa Inovações e Rupturas na Ficção Televisiva Brasileira (UAM/CNPq) e Narrativas Midiáticas (Uniso/CNPq).

E-mail: jp_hergesel@hotmail.com

² Doutorando em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Professor da Secretaria Estadual da Educação do Maranhão (Seduc-MA).

E-mail: diogoazoubel@gmail.com.

Introdução

O caso *Pedrinho*, assim denominado jornalisticamente, causou um forte impacto na sociedade brasileira em 2002. Por ser um ano eleitoral, julgou-se ser um drible midiático para disfarçar os casos de escândalo que eram descobertos no Governo; no entanto, após coleta de provas e exames de DNA, ficou comprovado: Pedro Braule Pinto era o garoto sequestrado por Vilma Martins, 16 anos antes.

Paula Marcela Ferreira França (2008, p. 10) indica que “em meados da década de 80, a mídia cobriu, de forma ampla, principalmente por meio da televisão, o ‘raptó’ de uma criança logo após seu nascimento, tirada da mãe por uma mulher que se passava assistente social”. Em seguida, sintetiza o conflito ao explicar que “a suposta funcionária do hospital disse que levaria o bebê para fazer alguns exames, mas sumiu com o recém-nascido. Ao que tudo indicava a mulher tinha como intenção uma adoção ilícita” (FRANÇA, 2008, p. 10).

A subtração de incapaz começou a ser solucionada 16 anos mais tarde, em 2002, “depois que o Disque Denúncia recebeu uma ligação anônima de uma mulher [...], afirmando ter reconhecido um parente de Goiânia nas fotos divulgadas pelos pais biológicos do bebê” (MARQUES, 2005, p. 22-23). Como desfecho, “Pedrinho passou a morar [...] com os pais biológicos em julho de 2003. Em maio de 2004, o registro de nascimento feito por Vilma foi cancelado pela Justiça” (MARQUES, 2005, p. 24).

O caso configurou-se como um melodrama da vida real que ganhou não somente uma série de reportagens no *Jornal Nacional* como, em 2003, foi o mote da telenovela *Senhora do Destino*, de autoria de Aguinaldo Silva. Enquanto o noticiário documentava a alegria da família biológica em receber seu filho de volta, a telenovela mostrava a luta de Maria do Carmo para resgatar sua filha Lindalva das mãos de Nazaré, a mulher que se disfarçou de enfermeira para cometer o delito.

Os produtos da Rede Globo promoveram, no auge das discussões, um diálogo entre ficção e realidade. A respeito desse aproveitamento, pesquisas de conteúdo indicam que “o noticiário usa elementos do melodrama, apropriando-os da grade de telenovelas, e a telenovela, por sua vez, usa a trama jornalística para conquistar a audiência: um jogo de espelhos em que se evidencia a mistura de gêneros narrativos” (SOUSA JÚNIOR, 2006, p. 197).

Os desenlaces midiáticos do caso tiveram uma pausa após sua solução; no entanto, em 2016, a cineasta Anna Muylaert lançou uma versão repaginada da narrativa: o longa-metragem *Mãe só há uma*. A obra retrata o cotidiano de Pierre, adolescente que deixa sua família ilegalmente adotiva para viver com a biológica, que insiste em chamá-lo de Felipe e demonstra, entre várias dificuldades, a relutância em aceitar a orientação sexual do jovem.

Premiado na 30ª edição do *Teddy Awards*, em Berlim (ARAÚJO, 2016), e convidado para abrir o 11º *Festival de Cinema Latino-Americano* (BERGAMO, 2016), esse produto da Vitrine Filmes traz no elenco nomes como Naomi Nero, Dani Nefussi, Daniel Botelho e Matheus Nachtergaele. O foco problematizado nesta pesquisa, no entanto, não está no conteúdo do filme nem na abordagem estilo docudrama, mas na divulgação dos quatro cartazes oficiais.

Em 15 de junho de 2016, um cartaz com fundo rosa, em que Naomi faz um sinal com o dedo médio, foi divulgado como sendo o oficial (FACEBOOK, 2016a). Uma semana depois, em 22 de junho, a página no Facebook apresentou um segundo cartaz, com cenário urbano desfocado, e os dizeres: “Depois de muitos estudos dos cartazes, nos encantamos com a versão rosa e com essa aqui. Na hora da escolha, resolvemos não escolher. Por que ter um só cartaz quando se pode ter dois?” (FACEBOOK, 2016b, [e]).

Em 23 de junho, entretanto, a produtora satirizou a parcela de conservadorismo que percorre a sociedade brasileira e divulgou uma montagem com quatro cartazes e a seguinte legenda: “Aqui estão todas as versões dos cartazes que vocês vão encontrar nos cinemas: duas versões originais e duas versões especiais para a família tradicional brasileira!” (FACEBOOK, 2016c, [e]). Surgiu, com isso, a provocativa: investigar como a construção dos cartazes pode interferir nas mensagens visualmente comunicadas.

Com método de abordagem dialético ancorado em Marconi & Lakatos (2011), adotamos três processos analíticos/interpretativos: iconologia, iconografia e estilística. Para a análise e interpretação iconográfica e iconológica, partimos das indicações de Peter Burke e Boris Kossoy no sentido de que é preciso descrever e analisar cada imagem a fim de que se possa desvendar o que não é dito além daquilo que é dito. Tratam-se, portanto, de técnicas de descrição dos elementos imagéticos, tais como enquadramento, angulação, pormenorização dos elementos mostrados; e de interpretação dos significados das interações de tais escolhas com os referenciais sócio,

histórico e culturais que trazemos em determinado contexto, incluindo recortes temporais e espaciais.

Em outras palavras, “[...] meio, através do qual, historiadores podem recuperar experiências” (BURKE 2004, p. 58) e “estudo no nível técnico e descritivo, o qual fornecerá elementos seguros e objetivos para ulterior interpretação” (KOSSOY, 2001, p. 75-6); recuperação de informações invisíveis na imagem (KOSSOY, 1999, p. 58), respectivamente, para evitar o reducionismo da imagem fotográfica à categoria de testemunha fidedigna da realidade. Pois, para Kossoy, o que é posto na imagem quase nunca é questionado dado o grau de semelhança com o objeto retratado. Por isso a importância dessa dupla linha de investigações.

A estilística, por sua vez, “estuda os fatos expressivos da linguagem organizada de acordo com seu conteúdo emocional, quer dizer, a expressão dos fatos da sensibilidade por meio da linguagem e a ação dos fatos da linguagem sobre a sensibilidade”³ (BALLY, 1909, p. 16). A estilística ainda investiga a harmonia “que corresponde à ordem dos pensamentos e dos sentimentos, que se desenvolve e varia com eles, flexível a todas as expressões, adaptada a todas as emoções” (BARBUDA, 1907, p. 9).

Nos estudos de Cinema, usa-se esse método de análise, pois “[...] as qualidades expressivas podem ser transmitidas pela iluminação, pela cor, pela interpretação [...]” (BORDWELL, 2008, p. 59). E também se acredita que “os espectadores [...] concentram-se nos rostos, nos diálogos, nos gestos, tentando avaliar sua pertinência para o desenrolar da trama” (BORDWELL, 2008, p. 29). Tal proposta é, aqui, aplicada à imagem estática em uma tentativa de avaliar os recursos gráficos e cênicos dos cartazes. Justifica-se, assim, a relevância da metodologia.

Família tradicional brasileira

Especificamente sobre a ideia de “família tradicional brasileira” e na ausência de conceito científico formalmente estruturado, tomamos a liberdade de aglutinar alguns pensamentos que nos ajudam a compreender a questão para fins desta investigação. A princípio, entende-se por tradicional tudo aquilo que retoma uma tradição, dando a ela

³ Em livre tradução do francês. Fragmento original: “*La stylistique étudie donc les faits d'expression du langage organisé au point de vue de leur contenu affectif, c'est-à-dire l'expression des faits de la sensibilité par le langage et l'action des faits de langage sur la sensibilité*”.

continuidade. Logo, o termo “tradicional”, ao lado das palavras “família” e “brasileira”, denota uma tradição ligada à estrutura familiar nacional. Embora a questão se estruture de maneira logicamente simples, é preciso aprofundá-la antes que possamos avançar na análise proposta.

A Constituição em vigência (BRASIL, 1988), em seu Art. 226, estabelece a família como base da sociedade, assegurando-lhe especial proteção do Estado. Sem indicar, entretanto, que se trata da união de sujeito deste ou daquele gênero (biológico ou social)/orientação sexual a outro sujeito deste ou daquele gênero (biológico ou social)/orientação sexual, a Constituição abre, mesmo que enviezadamente, margem para interpretações diversas sobre o que viria a ser família. Particularmente no que toca ao § 3º do mesmo artigo, segundo o qual “para efeito da proteção do Estado, é reconhecida a união estável entre o homem e a mulher como entidade familiar, devendo a lei facilitar sua conversão em casamento”, pode-se, por analogia, inferir que família é a instituição fundada na união civil ou religiosa com efeito civil (§ 2º) de um homem e uma mulher (biológica e sociologicamente assim constituídos).

Longe de estabelecer que há uma ou várias famílias no Brasil, interessa-nos abordar a de caráter tradicional, fundada na lei e, portanto, merecedora de distinção frente aos demais modelos familiares atualmente discutidos. De acordo com Maria Berenice Dias, “a lei emprestava juridicidade apenas à família constituída pelo casamento, vedando quaisquer direitos às relações nomeadas de adúlteras ou concubinárias. Apenas a família legítima existia juridicamente” (DIAS, 2015, p. 46). A autora ainda explica que:

É mais ou menos intuitivo identificar família com a noção de casamento, ou seja, pessoas ligadas pelo vínculo do matrimônio. Também vem à mente a imagem da família patriarcal, o pai como a figura central, tendo ao lado a esposa, rodeada de filhos, genros, noras e netos (DIAS, 2015, p. 132).

Nessa direção, e buscando a experiência midiática com o uso da expressão, entendemos por família tradicional brasileira aquela instituição solidificada sobre o binarismo da união civil/religiosa entre homem e mulher (biológica e sociologicamente constituídos como tal), guardiã de dogmas ligados à moral e aos bons costumes, segundo os quais a tradição deve ser resguardada para que se perpetue o ciclo dos princípios e valores oportunamente compreendidos como adequados à manutenção do

modelo social fundado no patriarcalismo, na figura da mulher como cuidadora do lar e dos filhos como submissos à vontade dos pais.

Mãe só há uma, mas cartazes há vários

O título do filme é um anacoluto, isto é, uma “topicalização que não tem sequência sintática concreta” (HENRIQUES, 2011, p. 142), já que o sintagma inicial não cumpre qualquer função gramatical explícita, sendo somente uma forma de enfatizar o elemento referenciado. Explica-se: em uma oração sem sujeito (evidenciada pela existência do verbo “há”), o vocábulo “mãe” deveria cumprir a função de objeto direto do verbo transitivo mencionado; ao posicioná-lo anteposto à oração, a ordem torna-se inversa, ele perde suas características de complemento e seu significado se torna um chamariz oracional.

A relevância da palavra denotativa de exclusão “só”, em conjunto com o numeral “uma”, está em reforçar a ideia de unicidade do substantivo em destaque “mãe”, como se não fosse possível incluir outras personalidades na função materna. O modo como ocorreu a quebra de palavras, ao colocar “mãe” e “uma” nos extremos, também auxilia na exclusividade. Tal composição verbal, no entanto, é apenas uma parcela do conteúdo dos cartazes, os quais são profundamente abrilhantados com as escolhas estilísticas de iluminação, enquadramento, angulações, personagens, gestos e ambiência.

Figura 1: Cartazes de *Mãe só há uma*. À esquerda, os cartazes oficiais; à direita, os “especiais para a família tradicional brasileira”.



Fonte: Mãe só há uma/filme (Facebook).

A narrativa imagética à vista dos recursos estilísticos

Na leitura das peças, a iluminação tem como chamariz o brilho e os filtros visuais, tanto nos cartazes oficiais como nos “especiais”. Nos dois posicionados acima, vemos o tom rosado que invade a imagem do garoto, tornando o conjunto bastante “quente”, em se tratando de assunto cromático, e suscitando a afetividade do espectador. Já nos dois abaixo, aparentemente sem filtros visuais que interfiram em seu sentido, temos uma clareza maior dos elementos, além de um brilho que fortalece a palidez e, conseqüentemente, a frieza do personagem. Pode-se sugerir, portanto, que, enquanto os cartazes de cima estão mais preocupados com a aceitação estética, os dois abaixo parecem enfocados no fazer poético.

Tal feito é auxiliado pelo enquadramento, feito em plano médio, cortando a figura humana pelos joelhos, nas quatro situações. Nas duas de cima, no entanto, o personagem aparece em uma espécie de *zoom* invertido, minusculizado no canto direito inferior, o que contrasta com as duas de baixo, nas quais ele está centrado, quiçá com *zoom in*, encarando enfaticamente quem o visualiza. A angulação, no entanto, é sempre frontal, ainda que o personagem pareça timidamente perfilado, devido à posição em que está sentado na bicicleta.

O personagem, por sua vez, é o protagonista do filme, jovem que convive com o conflito de pertencer a duas famílias: uma que o sequestrou no dia de seu nascimento, mas o criou de forma amorosa; e uma biológica, vista como “a verdadeira” aos olhos da Justiça. A camisa xadrez em sobreposição à camiseta preta, a calça jeans rasgada, a mochila nas costas são características do figurino mais bem perceptíveis nos cartazes de baixo e revelam a descontração do garoto e possibilitam sua contextualização no universo juvenil contemporâneo.

O registro imagético é construído, mais especificamente, a partir de uma cena em que ele é fotografado ao sair de bicicleta e, como resposta, apresenta o dedo médio ao *paparazzo*. Esse gesto configura o que a estilística entende por símbolo, isto é, “uma representação significativa” ou ainda “um signo deliberadamente escolhido, que, da parte de um indivíduo ou duma comunidade, quer afirmar uma personalidade, divulgar a identificação de um valor, como uma divisa exprimida visualmente” (SUHAMY, 1994,

p. 45). Quase universalmente, o dedo médio em riste representa um sinal de ofensa – mais adiante, explicitado na análise iconológica – e essa é, talvez, a principal diferença entre os cartazes da direita e da esquerda: enquanto, nos “originais”, ele é visível e destacado pela unha colorida, nos “especiais”, ele é ocultado pelo letreiro do título do filme, criando uma espécie de eufemismo, isto é, “o abrandamento de uma ideia” (SILVEIRA, 2015, p. 37).

A ambiência também se modifica quando comparados os cartazes de cima com os de baixo. O plano de fundo cor-de-rosa dos dois cartazes da primeira fileira impede que seja identificado o espaço físico em que o personagem se encontra, podendo ser qualquer lugar ou até mesmo lugar nenhum. Já o cenário urbano desfocado nos dois da segunda fileira facilitam a compreensão: ele estava pedalando em uma rua. Além disso, a presença do ambiente externo antecipa um conteúdo do enredo (Pierre sendo fotografado) e propõe a sensação de movimento, em oposição ao estatismo das outras duas imagens.

É importante salientar também que, nos cartazes “especiais” não somente o título do filme serviu para cobrir o gesto do garoto como também o nome da diretora se apresenta em menor evidência. No primeiro quadro “especial”, ele está em fonte menor do que no original; no segundo, ele aparece camuflado no xadrez da camisa do personagem. Embora não tenha sido oferecida nenhuma justificativa para esse tipo de manifestação, acredita-se que, por se tratar de “família tradicional brasileira” e da carga judaico-cristã que esse coletivo alimenta, disfarçar o nome da diretora (conhecida por suas obras que visam à quebra de paradigmas) é mais um eufemismo, ou seja, mais um frescor atenuante.

Iconologia e iconografia em prol da narrativa imagética

Antes de adentrarmos à análise e interpretação iconográfica e iconológica, faz-se necessário estabelecer alguns pressupostos. O primeiro deles diz respeito às fragilidades das imagens como evidência de algo. Kossoy indica que imagens nada provam (especialmente se considerados os avanços tecnológicos para captura/criação, tratamento e difusão delas), mas indicam caminhos (KOSSOY, 1999) e que, por isso, podem ser usadas a fins diversos. Burke, por outro lado, explica que o tempo entre o

registro imagético do mundo e a leitura desse registro pode ser um problema para recuperação dos rastros ali deixados (BURKE, 2004, p. 25). Para ambos, é preciso considerar o contexto e a função de cada imagem antes de pretender lê-la.

Nessa perspectiva, o exercício aqui proposto nos parece adequado, uma vez que não se pretende limitador ou definitivo, bem como por ser realizado em lapso temporal bastante próximo à divulgação dos cartazes. Igualmente, a aplicação da iconografia e da iconologia às imagens publicitárias do cinema nacional tende a ampliar a problematização de tais técnicas.

Considerando o contexto ao qual tais cartazes estão atrelados e sem, necessariamente, abordar questões políticas e sociais da sociedade contemporânea nacional, parece-nos justo inferir que a divulgação do material de promoção do filme atende às demandas distintas de setores sociais plurais. A princípio, sabemos que a diretora do longa é celebrada pelo sucesso de *Que Horas ela Volta?* (Globo Filmes, 2015). Parece, portanto, plausível que o filme seguinte de sua lavra, ainda que sido realizado por outra produtora⁴, seja abordado festivamente pelos atores da mídia.

Nessa perspectiva, e alcançando o público nacional em diversos níveis, não nos soa interessante confrontar os ideais tradicionais dos representantes de uma família que se pretende nacional (e única) com a propagação de gesto obscuro – assunto tratado adiante – em um momento de tensões generalizadas acerca do reconhecimento de modelos múltiplos de unidades familiares pelo Estado e por seus poderes/representantes.

Considerando tais argumentos, não nos basta saber qual o tipo de equipamento ou o tipo de técnica usados, é preciso conhecer a sociedade da época para, então, poder identificar nas imagens elementos e conjecturas que se estruturam por detrás dos elementos visíveis. Da mesma forma, não podemos correr o risco de nos perguntar qual o significado de tais cartazes sem que se aglutine a percepção dos sujeitos leitores dos mesmos.

Talvez seja justamente esse o mote da divulgação não de um, como geralmente acontece, mas de quatro modelos que, embora sigam a mesma lógica criativa, se distiguem nos detalhes que trazem significações diferenciadas. Dos dois cartazes

⁴ *Mãe só há uma* é uma produção da África Filmes, em parceria com a Dezenove Som e Imagem, e com distribuição da Vitrine Filmes.

oficiais divulgados, a principal diferença observada é o plano de fundo: enquanto o primeiro tem um *background* totalmente cor-de-rosa, o segundo apresenta um cenário desfocado, uma rua registrada em alta velocidade. Em ambos, no entanto, o foco é o garoto sério com o dedo médio levantado – característica ocultada pelas letras que dão título ao filme nos cartazes “especiais para a família tradicional brasileira”. Esta análise compreende, portanto, esses elementos-chave, podendo abranger elementos secundários na imagem.

Embora a fotografia usada nas quatro imagens seja a mesma, nos cartazes de fundo rosa ela aparece menor, com recorte “duro” entre o jovem, sua mochila e bicicleta e o *background*. Sem qualquer elemento que nos chame atenção além do título do filme e das informações técnicas ali destacadas, a cor escolhida dá o tom aos demais elementos das peças. Em ambos os cartazes o título do filme aparece alinhado à esquerda no centro da imagem em caixa alta e corpo branco. Essa cor nos permite “colorir” a narrativa com os matizes de rosa que impregnam as imagens – tal cor, por sua vez, não figura no verbete “cores” do *Dicionário de Símbolos*, de Chevalier e Gheerbrant (2008), e tem somente uma presença tímida no verbete “rosa”, dedicado à flor, quando em resgate à etimologia.

Já no que toca ao senso comum, ousamos dizer que o rosa, além de remeter ao universo “das meninas”, é uma cor que carrega consigo uma série de significados que vão da ternura e afeto ao romantismo e delicadeza. É como se fôssemos convidados a sentir compaixão pelo jovem que nos afronta com o dedo médio em riste (mesmo que esse se esconda sob o “a” de “uma”, do título do filme). Da mesma forma, e considerando a orientação sexual do protagonista, o rosa cumpre papel de “delimitar” o universo daquele jovem, sobretudo quando considerada a unha do dedo médio, que aparece pintada no primeiro cartaz.

Ora, mas homens pintam as unhas em diversos momentos históricos e sociedades: dos egípcios aos sujeitos do movimento *punk*, passando pelos góticos e *emos*. Ocorre, entretanto, que “ver, descrever e constatar” não é o suficiente para Kossoy quando se busca os significados de uma imagem, é preciso relacionar aquilo que é mostrado com o que não é (KOSSOY, 2001, p. 75). Por isso, a única unha pintada que se faz ver em dois dos cartazes cumpre papel de elo entre a transgressão do protagonista e os valores binários de gênero de uma sociedade conservadora.

Nos cartazes de fundo desfocado, por outro lado, a ideia de deslocamento toma conta da narrativa, uma vez que, além da bicicleta, o *background* possibilita estabelecer que se trata de um registro “em movimento”, feito com diafragma em ampla abertura e velocidade do obturador da câmera fotográfica aumentada. Da mesma forma:

Uma pessoa ou um objecto em movimento necessitam de espaço à frente, de maneira a sugerir que o movimento continua. Pelo contrário, caso a pessoa ou o objecto estivessem a sair do enquadramento, a imagem estaria associada à ideia de passado e não de um futuro a percorrer (SOUSA, 2002, p. 81)⁵.

No caso em tela tem-se a nítida impressão de que o jovem nos dá adeus da maneira mais deselegante possível no instante do registro imagético. Afinal, o dedo médio em riste pode ser interpretado como variação da estratégia dos primatas para intimidar seus adversários com agressividade ao mostrar o pênis ereto. Devidamente adaptado, o gesto no qual o dedo médio é erguido indica a genitália masculina, sendo o dedo em riste é o pênis e os demais os testículos (NASAW, 2012; MOTOMURA, s.a.). Essa leitura é reforçada com o título do filme deslocado para baixo e alinhado ao centro na imagem da esquerda com fundo desfocado.

Mas por que tal gesto nos afrontaria? Faz parte do imaginário nacional relacionar essa postura à falta de educação (formal, especialmente) dos sujeitos, à rispidez com que somos tratados ou como tratamos nossos interlocutores, bem como à ausência de bons modos. Ao recorrer os estudos de simbologia, verificamos que “o dedo médio, ‘pai de todos’, simboliza a afirmação da personalidade” (CHEVALIER; GHEERBRANT *et al.*, 2012, p. 327-328), o que corrobora com nossa leitura de que tal elemento suscita a uma característica forte do personagem.

Ao citar o caso da Santa Ceia, de Erwin Panofsky⁶, por exemplo, Burke (2004) argumenta que, para interpretação das mensagens contidas nas imagens, é necessário estar familiarizado com os códigos culturais presentes nelas. Ao esconder o ato fálico, portanto, a equipe de divulgação de *Mãe só há uma* faz um jogo duplo entre o que é mostrado e o que é insinuado – jogo porque o relaciona diretamente ao imaginário

⁵ A inclusão de Sousa na nossa argumentação se deve ao fato de que a imagem fotográfica em questão nos cartazes analisados diz respeito a um registro factual veiculado midiaticamente. Nessa perspectiva, acreditamos ser pertinente aproximá-lo das reflexões sobre fotojornalismo propostas pelo autor.

⁶Panofsky explica que alguém que não esteja familiarizado com o cristianismo pode ver na representação da Santa Ceia não mais que um jantar, ou confraternização.

tupiniquim em níveis distintos: o tradicional e o não tradicional.

Ao erguer o falo simbólico, Pierre/Felipe (ficção) dialoga com Pedro (realidade) e nos conclama a viver com ele o drama de perder a família duas vezes. Uma vez que esse gesto não mais nos é mostrado, mas sugerido, somos convidados a descortinar os detalhes do docudrama em uma perspectiva empática que, de quebra, não agride nossa moral e bons costumes (leia-se, da tradicional família brasileira). É como se ele nos dissesse, de um lado, “foda-se” e, do outro, “deixa pra lá”. E, embora a atitude do protagonista seja a mesma nos quatro cartazes, semanticamente a expressão nas imagens à esquerda é carregada do peso da deselegância do gesto que nos é poupado nas duas imagens à direita.

Considerações finais

Longe de carregar certezas, o exercício proposto nos permite ampliar os debates acerca da iconografia, da iconologia e da estilística aplicadas a peças publicitárias de filmes. Partindo da análise e interpretação dos quatro cartazes oficiais do longa-metragem *Mãe só há uma*, divulgados na Internet em 2016, desprendemos de uma “mesma” imagem significados plurais quando a ela são agregados elementos visuais outros, tais como fontes e cores.

No caso em tela, e sendo bastante similares, os cartazes analisados e interpretados se diferenciam por se destinarem a, pelo menos, dois tipos de público: os incluídos na família tradicional brasileira e os desviados dela, polarizados em eixos excludentes. Pensando nisso, e com a simples sobreposição de elementos e troca de fundos, foram observadas múltiplas leituras para cada uma das peças.

Embora esteticamente simples, sem grandes arabescos no que toca à edição de imagens estáticas, os cartazes primam pela cristalização de valores familiares tradicionais, ou não, nas sutilezas que evocam. Ao considerarmos os contextos – social, econômico – político, cultural etc. – nos quais está incluída a obra, acreditamos ser possível, sensibilizar os leitores/espectadores sobre a estória a ser compartilhada antes mesmo que se adentre à sala de cinema.

Na mesma direção, e retomando os detalhes do docudrama, a leitura das peças pós exibição do longa retroalimenta o ciclo consciente de leituras possíveis de cada um dos

cartazes, pensados em perspectiva direta e eufêmica em uma espécie de jogo de “esconde-esconde”. Finalmente, acreditamos ser necessário dar continuidade às reflexões ora compartilhadas a fim de que se fomente a discussão do tema e as reticências entre colchetes ao final da seção anterior são, justamente, indicativos disso.

Referências

ALVES, Renato. **O caso Pedrinho**: a emocionante história dos pais em busca do filho desaparecido por dezesseis anos e os bastidores da investigação policial e da cobertura jornalística. São Paulo: Geração Books, 2014.

ARAÚJO, Thiago de. 'Mãe Só Há Uma', novo filme de Anna Muylaert, é premiado no Festival de Berlim. **HuffPost Brasil**, 20 fev. 2016. Disponível em: <http://www.brasilpost.com.br/2016/02/20/premio-berlim-mae-so-ha-uma_n_9281036.html>. Acesso em: 09 jul. 2016.

BALLY, Charles. **Traité de stylistique française**: premier volume. Paris: Librairie C. Klincksieck, 1909.

BARBUDA, Pedro Julio. **Estylistica**. Salvador: Oficinas dos Dois Mundos, 1907.

BERGAMO, Monica. TELA LATINA. **Folha de São Paulo**, 14 jun. 2016. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/colunas/monicabergamo/2016/06/1781352-jose-serra-e-citado-em-negociacao-de-delacao-premiada-da-oas-na-lava-jato.shtml>>. Acesso em: 09 jul. 2016.

BORDWELL, David. **Figuras traçadas na luz**: a encenação no cinema. Trad. Maria Luiza Machado Jatobá. Campinas: Papirus, 2008.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado, 1988.

BURKE, Peter. **Testemunha ocular**. Bauru: EDUSC, 2004.

CHEVALIER, Jean; GHEERBRANT, Alain *et al.* **Dicionário de símbolos**: mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores, números. Trad. Vera da Costa e Sila *et al.* 26. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2012.

DIAS, Maria Berenice. **Manual de Direito das Famílias**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

FACEBOOK. **Mãe só há uma/ filme**. Fotos, 11 jun. 2016(a). Disponível em: <<https://www.facebook.com/maesohauma/photos/a.744761365582698.1073741828.744757045583130/1073916009333897/?type=3>>. Acesso em: 09 jul. 2016.

_____. **Mãe só há uma/ filme.** Fotos, 22 jun. 2016(b). Disponível em:
<<https://www.facebook.com/maesohauma/photos/a.744761365582698.1073741828.744757045583130/1078734538852044/?type=3>>. Acesso em: 09 jul. 2016.

_____. **Mãe só há uma/ filme.** Fotos, 23 jun. 2016(c). Disponível em:
<<https://www.facebook.com/maesohauma/photos/a.744761365582698.1073741828.744757045583130/1079400195452145/?type=3>>. Acesso em: 09 jul. 2016.

FRANÇA, Paula Marcela Ferreira. **Caso Pedrinho:** um estudo dos significados de família. 2008. 104 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Humanas) – Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2008. Disponível em:
<<http://repositorio.bc.ufg.br/tede/handle/tde/1599>>. Acesso em: 09 jul. 2016.

HENRIQUES, Claudio Cezar. **Estilística e discurso:** estudos produtivos sobre texto e expressividade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

KOSSOY, Boris. **Realidades e ficções na trama fotográfica.** São Paulo, Ateliê Editorial, 1999.

_____. **Fotografia e História.** Cotia: Ateliê Editorial, 2001.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica.** São Paulo: Atlas, 2011.

MARQUES, Natália Carvalho. **O Correio Braziliense e o Caso Pedrinho:** Uma análise da cobertura jornalística. 2005. 35 f. Monografia (Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo) – Centro Universitário de Brasília, 2005. Disponível em: <<http://repositorio.uniceub.br/handle/123456789/1334>>. Acesso em: 09 jul. 2016.

MOTOMURA, Marina. **Por que levantar o dedo do meio é considerado ofensa?** Disponível em: <<http://mundoestranho.abril.com.br/materia/por-que-levantar-o-dedo-do-meio-e-considerado-ofensa>>. Acesso em: 09 jul. 2016.

NASAW, Daniel. **Desde quando mostrar o dedo médio é um insulto?** Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2012/02/120207_dedo_medio_dg.shtml>. Acesso em: 09 jul. 2016.

SILVEIRA, João Gomes da. **As figuras de estilo e termos afins.** São Paulo: Scortecci, 2015.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história crítica do fotojornalismo ocidental.** Porto, 1998. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php?html2=sousa-jorge-pedrohistoria_fotojornl.html>. Acesso em: 09 jul. 2016.

SOUSA JUNIOR, Walter de. Apropriações melodramáticas: o caso Pedrinho no *Jornal Nacional* e em *Senhora do Destino*. In: **Comunicação & Educação**, ano XI, n. 2, p. 197-206, maio/ago. 2006. Disponível em:

<<http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/37580/40294>>. Acesso em: 09 jul. 2016.

SUHAMY, Henri. **As figuras de estilo**. Porto (Portugal): Rés, 1994.