



**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS**

Campus I – Rodovia BR 285, Km 292

Bairro São José – Passo Fundo, RS

CEP: 99.052-900

E-mail: [ppgletras@upf.br](mailto:ppgletras@upf.br)

Web: [www.ppgl.upf.br](http://www.ppgl.upf.br)

Fone: (54) 3316-8341

Aline Krahl

**ANÁLISE DE CARTAZES CINEMATOGRAFICOS  
NA PERSPECTIVA DA ENUNCIÇÃO**

Passo Fundo, Julho 2016

Aline Krahl

**ANÁLISE DE CARTAZES CINEMATOGRAFICOS  
NA PERSPECTIVA DA ENUNCIÇÃO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras, do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade de Passo Fundo, como requisito para obtenção do grau de mestre em Letras, sob a orientação da Profa. Dr. Claudia Stumpf Toldo Oudeste.

Passo Fundo

2016

CIP – Catalogação na Publicação

---

- K89e Krahl, Aline  
Análise de cartazes cinematográficos na perspectiva da  
educação / Aline Krahl. – 2016.  
78 f. ; 30 cm.
- Dissertação (Mestrado em Letras) – Universidade de  
Passo Fundo, 2016.  
Orientadora: Profa. Dra. Claudia Toldo.
1. Cartazes. 2. Semiótica. 3. Semântica. 4. Cinema. I.  
Toldo, Claudia, orientadora. II. Título.

CDU: 37:791.43

---

Catalogação: Bibliotecária Cristina Troller CRB10/1430

#### Agradeço

À Prof<sup>a</sup>. Dr. Claudia Toldo pelo apoio em cada encontro, por dedicar sempre seu tempo e suas palavras encorajadoras, principalmente por permitir a concretização deste trabalho.

À UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO, pela oportunidade de concessão de bolsa de estudos.

Aos meus pais pelo apoio incondicional.

A Marcelo pela paciência e apoio em todas as horas.

Aos colegas de trabalho, coordenação, direção e alunos pela paciência e confiança investidos em mim.

## RESUMO

Neste trabalho nossa proposta é analisar os níveis semiótico e semântico, na perspectiva enunciativa de Émile Benveniste, em títulos de filmes em português cujo original é escrito em inglês, presentes em cartazes cinematográficos. O objetivo geral é comparar se o sentido do título no cartaz em português mantém o sentido do cartaz originalmente produzido em inglês. O marco teórico toma como base a teoria enunciativa de Émile Benveniste, com as obras Problemas de Linguística Geral I (2005 [1966]) e Problemas de Linguística Geral II (1989 [1974]), complementado por estudos realizados por Flores e Teixeira (2005), Flores (2013), Nunes (2012), entre outros autores citados e pesquisados no decorrer deste trabalho. Nesse contexto teórico, utilizamos um *corpus* composto por três pares de cartazes de filmes. A pesquisa é definida como explicativa, bibliográfica e documental, de abordagem qualitativa. Após a seleção do *corpus*, realizamos a análise de cada um dos cartazes em três etapas: 1) sinopse do filme, com breve descrição do enredo para localizar o leitor desta pesquisa, de forma que possa compreender melhor a análise; 2) descrição dos elementos textuais e não-textuais do cartaz cinematográfico analisado; e 3) análise enunciativa do cartaz, considerando a forma e o sentido que cada título assume, observando se há mudança de sentido nos cartazes em que empregam a língua portuguesa e língua inglesa. Com esta pesquisa evidenciamos que, embora a criação do título em português seja de cunho comercial, com o objetivo de ser atrativo ao público, há a preocupação em manter um sentido aproximado nos dois idiomas, pois o objeto desses títulos, o filme, não muda. O que muda é o momento da enunciação.

Palavras-chave: Enunciação. Semiótico. Semântico. Cartaz Cinematográfico.

## ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the semiotic and semantic levels, based on Émile Benveniste's Enunciative Theory in movie titles in Portuguese, which the original was written in English. The main objective is to compare whether the meaning of the title presented on the poster in Portuguese language maintains the same meaning on the poster originally produced in English. The theoretical setting is based on Émile Benveniste's Enunciative Theory, based on the books *Problems in General Linguistics I* (2005 [1966]) and *Problems in General Linguistics II* (1989 [1974]), along with studies performed by Flores and Teixeira (2005), Flores (2013), Nunes (2012), among others authors mentioned and surveyed during the proceeding of this study. In this setting, we use a *corpus* composed by three pairs of movie posters. This research is explicative, bibliographical and documental, within a qualitative approach. After selecting the corpus, we performed the analysis of each poster in three steps: 1) the movie synopsis, with a brief description of the plot, in order to help the reader understand the analysis; 2) description of the textual and non-textual elements that appear on the movie poster; and 3) enunciative analysis about the poster, considering the form and meaning that each title have, observing if the meaning changes in Portuguese and English. With this research we can demonstrate that, although the title created in Portuguese has a commercial objective and the intention of being attractive to the audience, there is the concerning in mantaing a similar meaning in both languages, since the object of these titles, the movie, does not change. What changes is the moment of the Enunciation.

Keywords: Enunciation. Semiotic. Semantic. Movie Poster.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01: Linha do tempo representando a história do cinema .....	pg. 17
Figura 02: Cartaz da primeira exibição de filmes na história .....	pg. 18
Figura 03: Cartaz de exibição do Cinématographe Lumière .....	pg. 19
Figura 04: Cartaz do filme Man of Steel .....	pg. 24
Figura 05: Cartaz do filme Gravidade .....	pg. 25
Figura 06: Linha do tempo das publicações de Benveniste que interessam aos estudos enunciativos .....	pg. 29

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>9</b>
<b>2 FILME EM CARTAZ: UMA PUBLICIDADE QUE ENUNCIA .....</b>	<b>13</b>
2.1 UM POUCO SOBRE CINEMA.....	13
2.2 CARTAZ DE CINEMA NA HISTÓRIA.....	18
<b>2.2.1 Cartaz Cinematográfico: um Gênero do Discurso .....</b>	<b>23</b>
<b>3 ENUNCIÇÃO: UM MODO DE VER A LÍNGUA EM USO .....</b>	<b>28</b>
3.1 A ENUNCIÇÃO NA PERSPECTIVA DE BENVENISTE.....	29
3.2 A SUBJETIVIDADE EM QUESTÃO.....	33
3.3 FORMA E SENTIDO NA LINGUAGEM: UMA CORRELAÇÃO BIUNÍVOCA?.....	36
<b>3.3.1 Por trás da criação dos títulos .....</b>	<b>44</b>
3.4 SEMIOLOGIA DA LÍNGUA: A LÍNGUA INTERPRETANDO-SE.....	47
<b>4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....</b>	<b>51</b>
4.1 ANÁLISES.....	52
<b>4.1.1 Análise do cartaz 01: Boyhood: da infância à juventude.....</b>	<b>53</b>
<b>4.1.2 Análise do cartaz 02: Não sei como ela consegue.....</b>	<b>57</b>
<b>4.1.3 Análise do cartaz 3: À Espera de um milagre.....</b>	<b>61</b>
4.2 Discussão Das Análises .....	65
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>68</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>70</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>73</b>
<b>CARTAZES DA ANÁLISE 01.....</b>	<b>74</b>
<b>CARTAZES DA ANÁLISE 02.....</b>	<b>76</b>
<b>CARTAZES DA ANÁLISE 03.....</b>	<b>78</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Neste estudo, propomos-nos a analisar os níveis semiótico e semântico, na perspectiva de Émile Benveniste, em títulos de filmes em português, cujo original foi escrito em inglês. Temos como objeto de estudo o Cartaz Cinematográfico, por ser ele o primeiro contato do espectador com o filme, é ele que dá origem a toda a comunicação posterior do filme. Entre todos os seus elementos, interessa-nos, principalmente, abordar o título dos filmes.

A escolha por este tema ocorreu a partir da observação da mudança dos títulos do inglês para o português, que podem ser mantidos na própria língua – com ou sem adição de subtítulo – ou ainda há a opção da transposição ou equivalência de sentido.

É importante frisar que essa não é uma pesquisa em tradução, mas sim em torno da mudança dos títulos de uma língua para outra dentro da perspectiva enunciativa de Émile Benveniste, essa foi a teoria escolhida pois nos permite olhar para os fatos linguísticos de maneira singular, pensar e analisar a língua por novos dispositivos e novas possibilidades.

Partimos, inicialmente, da curiosidade em compreender quais são os critérios utilizados e quem cria os títulos em ambos os idiomas, sempre visando que, a seu criador, cabe a tarefa de dar ao leitor do título em português a mesma oportunidade do leitor do título em inglês, criando uma referência semelhante aos leitores em ambos os idiomas. A partir desse contexto veremos que nos estudos linguísticos o nível semiótico sempre muda de uma língua para outra, mas o nível semântico mantém-se ou traz sentido equivalente.

O cartaz cinematográfico está presente em nossa análise por carregar, juntamente com o título, outros índices acessórios que contribuem para a compreensão do leitor, como imagens, premiações, comentários da crítica; estas são marcas enunciativas que outros gêneros não trazem e nos auxiliarão no desenvolvimento da análise. Buscamos contribuir para a compreensão e o aprofundamento de estudos em torno dos níveis semiótico e semântico, ainda, motivar a pesquisa em torno dos títulos de filmes, levando em conta a escassez da literatura acadêmica em torno desse assunto.

Tendo em vista a mudança dos títulos de um idioma para outro, utilizando o cartaz como suporte, torna-se fundamental a realização de questões que problematizam esta pesquisa: a) Ao produzir o cartaz em outro idioma, o que muda? b) Nesta circunstância, o que não muda? c) Como é realizado o processo de mudança? d) Se mantém o mesmo sentido do original para o português?

O que norteia essas questões é a hipótese de que os cartazes podem ser diferentes em alguns aspectos, não existe relação entre o nível semiótico de uma língua para outra, porém,

ambos devem despertar no Tu (leitor do cartaz, possível espectador) um significado semelhante nos dois idiomas.

Este trabalho tem como objetivo geral comparar se o sentido do título no cartaz em português mantém o sentido do cartaz originalmente produzido em inglês. Para tanto, propomos alguns objetivos específicos: a) mostrar a função do cartaz enquanto *corpus* para esta pesquisa, justificando seu uso, mostrando como se tornou um meio de divulgação importante do filme; b) explicar como o cartaz é criado em seu idioma original e como é criado em português, bem como quais procedimentos são observados no momento da criação do título em outro idioma; c) aprofundar os estudos em torno das noções fundamentais para o desenvolvimento deste trabalho, entre elas, a noção de pessoa (relação eu-tu), a relação forma e sentido e a noção de semântico e semiótico.

Buscaremos base nos aspectos teóricos desenvolvidos por Émile Benveniste, compilados nas obras Problemas de Linguística Geral I (2005 [1966]) e Problemas de Linguística Geral II (1989 [1974]), além de buscar suporte teórico em Flores e Teixeira (2005), Flores (2013), Nunes (2012), entre outros autores citados e estudados no decorrer desta pesquisa.

Para a concretização de nossos objetivos, dividimos o estudo em três capítulos estruturados da seguinte forma: o primeiro capítulo tem a finalidade de explicar a função e a importância do cartaz para a publicidade do filme, pois o cinema e o cartaz cinematográfico nascem juntos, um em função do outro. Apresentaremos a história do cinema, com o objetivo de mostrar sua evolução, como o cinema ganhou o mundo, surgindo daí a necessidade de se reproduzir os títulos em outros países. O cartaz é o suporte deste título, por isso torna-se nosso objeto de estudo. Considerando que os gêneros são apresentados como possibilidade de usos da língua, por meio de enunciados numa situação comunicativa, acreditamos ser importante também olhar para o Cartaz Cinematográfico enquanto gênero textual, mostrando seu formato e os elementos que o compõe.

A Teoria da Enunciação de Benveniste é objeto de estudo do nosso segundo capítulo. Primeiramente, descrevemos a concepção de enunciação. Mostraremos a Teoria da Enunciação segundo Benveniste, apresentando como o autor desenvolveu sua teoria, mostrando as obras relacionadas à enunciação criadas ao longo de sua vida. Em seguida, o texto *O aparelho formal da enunciação* (1989), escrito em 1970, será nosso suporte para revelar uma abordagem geral em torno dessa teoria.

A segunda parte desse capítulo terá como foco discutir a relação pessoa e não-pessoa, a partir do texto *Da subjetividade na linguagem* (2005 [1958]), mostrando como Eu e Tu se

relacionam no quadro formal da enunciação. Ao enunciar, o locutor se instaura como Eu no discurso, e sempre dirigindo-se a alguém, um Tu. Esta capacidade do locutor de se propor como sujeito marca a presença da subjetividade na linguagem. Em seguida, são abordadas as considerações de Benveniste acerca dos níveis de análise linguística, a fim de discutir a distinção entre a forma e o sentido, no nível da frase. Então, passamos ao texto *A forma e sentido na linguagem* (1989 [1966]), momento em que Benveniste destaca o aspecto semiótico e semântico. A partir do enunciado o tu deve reconhecer todas as palavras que fazem parte do enunciado como tendo ou não um sentido e, a partir de então, compreender que essas palavras, uma vez que estão em uso, carregam um sentido, baseado em seu agenciamento. Temos então, o nível semiótico no primeiro caso e o semântico no segundo caso.

Ainda neste capítulo, está presente uma seção com a intenção de compreender como os títulos são criados em outro idioma, e como se definem a partir da exigência da produtora em busca de uma estratégia de marketing. Para finalizar o segundo capítulo, voltamos a abordar os níveis semântico e semiótico, a partir da semiologia da língua, mostrando a capacidade da língua em interpretar os outros sistemas sógnicos e a si mesma.

O terceiro capítulo traz a apresentação e descrição da metodologia adotada, com ênfase nos critérios e procedimentos adotados para a análise dos cartazes que compõem o *corpus*, como também a própria análise. A pesquisa em questão é definida como explicativa, bibliográfica e documental, de abordagem qualitativa, pois este estudo linguístico é realizado em uma situação enunciativa determinada com a análise de elementos presentes em cartazes cinematográficos. Para compor o *corpus* de análise escolhemos três pares de cartazes de filmes. A seleção dos cartazes foi feita a partir da observação de formatos de títulos existentes, são eles:

a) *Boyhood / Boyhood: da infância à Juventude* – um título que mantém a mesma forma nos dois idiomas, acompanhado de um subtítulo em português;

b) *I don't know how she does it / Não sei como ela consegue* – um título de equivalência semelhante em ambos os idiomas;

c) *The green mile / À espera de um milagre* – um título com mudança total de um idioma para outro.

A primeira parte da análise contempla a sinopse do filme, uma breve descrição do enredo, para que facilite o entendimento de alguns elementos do cartaz, bem como melhor compreensão do sentido dos títulos. A segunda parte apresenta os cartazes nos dois idiomas, e os elementos que os compõem. Por fim, a terceira parte traz a análise enunciativa, considerando a forma e o sentido que cada título assume, observando se há mudança de sentido nos cartazes em que empregam a língua inglesa e língua portuguesa. Para finalizar esse capítulo,

construímos uma seção de discussão das análises, em que pontuamos questões significativas sobre as análises realizadas. Para encerrar, relatamos as principais conclusões obtidas pela análise dos cartazes escolhidos, por meio da aplicação da Teoria da Enunciação na perspectiva de Émile Benveniste.

## 2 FILME EM CARTAZ: UMA PUBLICIDADE QUE ENUNCIA

Este capítulo apresenta de forma breve a história do cinema, e mostra que, a partir da necessidade de sua divulgação, surge o cartaz cinematográfico. Além disso, apresenta as características que compõem o cartaz de cinema.

Em Dezembro de 1895, em Paris, dois irmãos colocaram nas janelas do Grande Café Paris<sup>1</sup> o que viria a ser o primeiro cartaz de cinema, convidando os espectadores a presenciar a novidade do Cinématographe Lumière. Assim, uma das primeiras exposições de filmes na história contou com o cartaz como veículo de comunicação. O primeiro cartaz não possuía imagem, mas uma mensagem escrita que convocava o espectador a presenciar a novidade.

Mais de cem anos depois, o mercado cinematográfico tomou grandes proporções e continua crescendo devido à sua divulgação. Segundo Quintana (1995), o marketing de cinema se desenvolve com a finalidade de maximizar o público de um determinado filme e, conseqüentemente, gerar o maior lucro possível para seus realizadores ou produtores, promovendo a criação e produção de novos filmes. Uma vez que o filme está produzido, precisa ser vendido para seu consumidor final, ou seja, as pessoas que irão às salas de cinema para assistir ao filme. Para isso, são realizadas diversas ações de marketing como: campanhas publicitárias, cartazes, teasers<sup>2</sup>, trailers<sup>3</sup> e assessoria de imprensa.

Dentre estes, selecionamos o cartaz para tratar neste trabalho por ser ele um dos primeiros contatos com o espectador, mostrando título e imagem correspondentes ao filme que representa e “conversa” com espectadores de diversos países, provocando-lhes a curiosidade em assistir ao filme.

### 2.1 UM POUCO SOBRE CINEMA

Esta seção se faz necessária para explicarmos a trajetória do cinema e, através dela, expor como e porque o cartaz cinematográfico surgiu e ainda está tão presente na indústria de filmes.

---

<sup>1</sup> O restaurante Le Grand Café Capucines, permanece aberto até hoje, com espaço para exposições culturais, sempre foi palco de grandes apresentações. (L'HISTOIRE..., 2015).

<sup>2</sup> Teaser é uma prévia do material do filme, antes do anúncio do material oficial e completo de divulgação. (A autora).

<sup>3</sup> Trailer é um vídeo curto que mostra apenas detalhes das principais cenas do filme, sem revelar toda a história. (A autora).

O que hoje chamamos de cinema e é pretexto para um encontro entre amigos, envolve muitos elementos por trás de sua produção, entre eles publicidade, empresas investidoras, adaptação do filme ao espectador, etc. teve origem, ao mesmo tempo, na Europa e na América do Norte.

As primeiras projeções datam de 1894, de acordo com Mattos (2006, p. 17), foi o ano que marcou o início comercial da indústria de cinema norte-americana com as primeiras exhibições de filmes no cinetoscópio. A ideia inicial de criar um dispositivo que exibisse imagens em movimento foi de Thomas Edison<sup>4</sup>, projetando o cinetoscópio, que era colocado em salões que continham duas fileiras de cinco máquinas. “O espectador pagava 25 centavos e ia passando de uma máquina para outra, cada qual com um filme diferente” (MATTOS, 2006, p. 17). A ideia era mostrar, individualmente, a captação das imagens cotidianas.

Por conta dos recursos da época, os filmes eram primitivos tanto em conteúdo quanto em forma, exibidos rapidamente e captados por uma câmera estática. O cinetoscópio logo passou a ser instalado em galerias ao lado de máquinas caça-níqueis em diversos lugares.

Devido ao sucesso, Edison passou a comercializar os cinetoscópios no mercado, mas com filmes repetitivos e com uma grande escala de distribuição, tal invenção logo deixou de ser novidade. Edison vendeu o projeto para uma empresa responsável por seguir com o aperfeiçoamento do dispositivo.

Ao mesmo tempo, na Europa, vários inventores tentavam criar a sua versão de cinetoscópio. Mas foi a invenção, idealizada por Auguste e Louis Lumière<sup>5</sup>, na França, chamada de cinematógrafo que obteve mais sucesso, pois “era mais versátil (usado como câmera, projetor e copiadora) e portátil (relativamente leve e acionada manualmente, não dependendo de uma fonte de eletricidade)” (MATTOS, 2006, p. 18). O fácil manuseio do aparelho permitia filmagens diferentes, e, além disso, era possível filmar, tirar cópia e exibir os filmes no mesmo dia. A primeira grande exibição aberta ao público foi em dezembro de 1895, no Le Grand Café, em Paris.

As apresentações eram com filmes curtos, em preto e branco, sem som e com câmera parada, mas foi o suficiente para chamar atenção do público. O primeiro filme apresentado foi *A Chegada do Trem à Estação* (*L'Arrivée d'un train à La Ciotat - 1895*), nele, “a visita de um

---

<sup>4</sup> Thomas Edison: Inventor de grande importância no mundo científico, além do cinetoscópio, entre suas invenções se encontram: a lâmpada incandescente elétrica, o microfone, entre outras.

(A autora)

<sup>5</sup> Conhecidos também como Irmãos Lumière, os franceses ficaram conhecidos como os pais do cinema, pois sua invenção (cinematógrafo) permitia tanto gravar filmes quanto reproduzi-los. (L'Histoire... [2015])

trem chegando na estação, foi filmada de tal forma que a locomotiva vinha vindo de longe e enchia a tela, como se fosse se projetar sobre a plateia.” (BERNARDET, 2006, p. 12). Mesmo apresentando para uma plateia pequena, os irmãos inovaram pela novidade técnica apresentada, ou seja, a capacidade de exibir a fotografia em movimento. O formato de apresentação ao público, diferente da apresentação individual que Edison havia feito em Nova Iorque, foi o que deu início às salas de exibição. Entre os trabalhos dos irmãos que ganharam destaque estão o filme *Saída de Fábrica (La Sortie de l'usine Lumière à Lyon - 1895)*, mostrando operários de uma fábrica saindo do local, e *O Regador Regado (L'Arroseur Arrosé - 1895)*.

Logo, os irmãos Lumière alcançaram um grande sucesso, e, enquanto exibiam pequenos filmes no cinematógrafo na Europa, o americano Thomas Edison tentava aperfeiçoar seu projetor. Em 1896, com a notícia de que o cinematógrafo estaria chegando aos Estados Unidos, Edison iniciou a fabricação de outras ferramentas cinematográficas, mas não conseguiu ultrapassar a praticidade da criação dos Lumière até a década seguinte (COSTA, 2005). A história do cinema começa a ter seus primeiros avanços tecnológicos, a partir da competição em torno da criação do melhor equipamento de projeção de filmes.

Tamanha era a qualidade do cinematógrafo, que, ainda conforme Costa (2005), o mágico ilusionista Georges Méliès<sup>6</sup> adquiriu um para apresentar filmes como parte de seus shows circenses. Por ser mágico, Méliès levou às telas elementos responsáveis por criar efeitos especiais. Com o sucesso de seus filmes, o mágico criou a Star Film em 1902, empresa produtora que tornou-se concorrente dos Lumière e dominou a criação dos filmes de ficção até 1912, contando com atores profissionais, cenários, maquiagens, figurinos e troca de cenas. Seus títulos mais conhecidos são *Vinte mil léguas submarinas (Vingt mille lieues sous les mers - 1869)* e *Viagem à Lua (Le Voyage dans la lune - 1902)*. Enquanto isso, na América, surgiam empresas, na época ainda pequenas, como Warner Bros e Fox Films<sup>7</sup> que se instalaram em um então subúrbio da Califórnia, chamado Hollywood<sup>8</sup>.

Conforme Costa (2005, p. 21), os 20 primeiros anos da criação de filmes nos Estados Unidos foram de pouco interesse para o cinema. A partir de 1905, com um formato de filme que durava de cinco a dez minutos, maior variedade e baixo custo, surgem os *nickelodeons*, que

---

<sup>6</sup> Mágico ilusionista francês, mais tarde cineasta, ficou conhecido como o precursor dos efeitos especiais, produzindo mais de 500 filmes durante sua vida. (COSTA, 2005).

<sup>7</sup> Ambas hoje são consideradas as maiores produtoras de filmes no mundo e têm sua sede em Hollywood. (A autora).

<sup>8</sup> Distrito da cidade de Los Angeles na Califórnia, trouxe grande contribuição à cultura norte-americana, se tornou famoso pela grande concentração de empresas do ramo cinematográfico. (A autora).

eram grandes espaços, com estrutura exclusiva para exibição de filmes, o que se aproxima das salas de cinema de hoje.

Em 1907, tanto no continente europeu quanto no americano, os filmes começaram a utilizar convenções narrativas, na tentativa de construir enredos autoexplicativos; os filmes ainda eram mudos, então, pequenas frases surgiam na tela e descreviam a cena.

O desejo de expandir o mercado do cinema e aprimorar sua qualidade foi o impulso para a criação de aparelhos sonoros, a partir de 1913, por Tomas Edison. Conforme Mattos (2006), alguns filmes já eram exibidos com acompanhamento de orquestra ao vivo dentro dos *nickelodeons*, mas a ideia era criar uma transmissão simultânea de som e imagem no momento do filme sem a necessidade da presença da banda.

No ano de 1925, a Warner Bros., apostou na invenção do vitafone<sup>9</sup>, aparelho usado para sincronizar acompanhamento musical enquanto o filme era reproduzido na tela, variando de música calma a agitada em cenas de perseguição, por exemplo. O primeiro filme exibido com o uso da tecnologia foi *Don Juan*, de 1926, e obteve um grande sucesso. A Warner ainda “começou a planejar a produção do filme que iria garantir o triunfo do cinema sonoro e determinar seu rumo futuro: *O cantor de Jazz / The Jazz singer - 1927*” (MATTOS, 2006, p. 43), novamente, filme mudo com acompanhamento musical. As músicas não eram apenas orquestradas, mas sim, interpretadas pela voz do então astro popular Al Jolson.

Logo, iniciaram-se os testes para filmes com áudio e, além da Warner Bros, a Fox Films também tentava entrar para o mercado com equipamentos de gravação de áudio. Em 1928, surge o primeiro filme inteiramente falado, chamado *Luzes de Nova Iorque (Lights of New York)*, lançado pela Warner.

Durante alguns anos, som e imagem foram gravados simultaneamente até a descoberta da pós-sincronização, que permitiu que o filme saísse dos estúdios para locações externas, e ainda possibilitou a produção dos filmes em outros idiomas. Assim, o cinema foi ganhando adeptos pelo mundo.

Na década de 30, de acordo com Cousins (2013) com a invenção do cinema falado, surgem diversos gêneros como os musicais, comédias românticas e faroestes. Já a década de 40, marcada pela 2ª guerra mundial, dominam duas linhas: filmes de máfia e violência, e também filmes para estimular a moral. O surgimento da televisão, na década de 50, ainda conforme Cousins (2013), levou a queda nas receitas das produtoras. Os estúdios passaram a

---

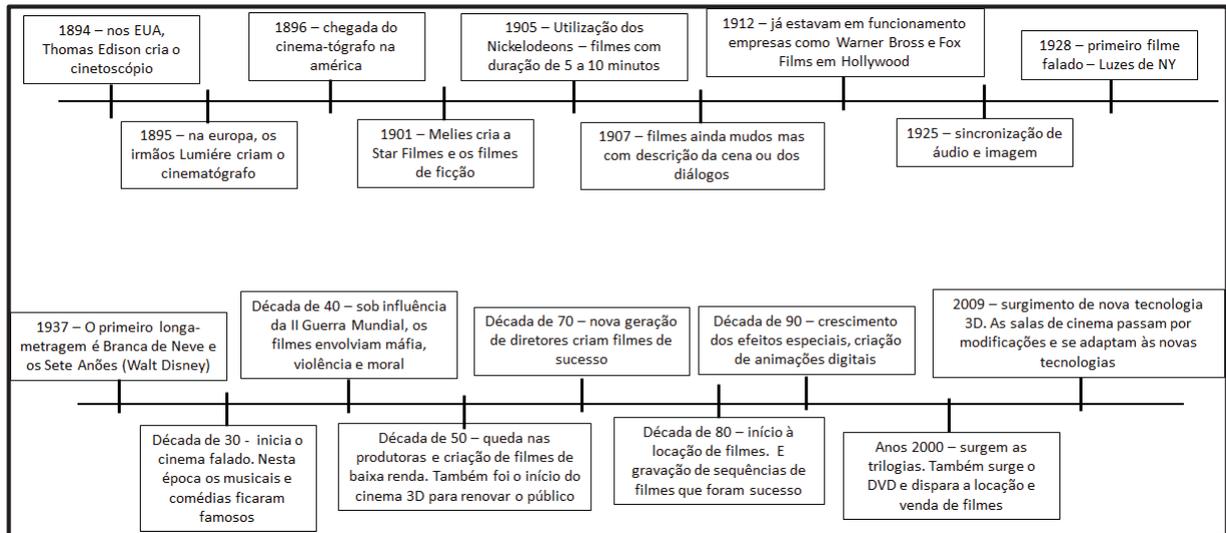
<sup>9</sup> Até a invenção do Vitafone, a trilha sonora do filme exigia que uma orquestra se posicionasse em um espaço reservado, esta estrutura estava presente nos *nickelodeons*. Após sua invenção, o som era reproduzido pelo próprio Vitafone, sincronizado com as cenas dos filmes. (Mattos, 2006).

apostar na inovação, como telas gigantes ou cinema 3D. Surgiram vários filmes de baixo orçamento e temas que até então eram proibidos, como drogas ou prostituição, estavam na tela. Os lucros continuaram em queda até a década de 70, que foi responsável por uma renovação na indústria cinematográfica, com uma nova geração de diretores, entre eles: Martin Scorsese, Francis Ford Coppola, George Lucas, Woody Allen e Steven Spielberg. Os filmes nos anos 70 foram marcados por muita ação em filmes como *Guerra nas Estrelas (Star Wars)*, *Tubarão (Jaws)* e também filmes que representavam a máfia, como *O Poderoso Chefão (The Godfather)*.

A partir da década de 80, afirma Cousins (2013), os grandes filmes de ação que foram sucesso entre o público jovem na década anterior ganharam sequências, o que aumentou o marketing dos filmes e também fez com que o cinema ganhasse mais adeptos. Essa também foi a década em que os filmes passaram a chegar na casa das pessoas, através da locação de filmes. As bilheteiras atingiram seu auge com a filmagem digital, nos anos 90, quando os efeitos especiais levaram a fantasia e imaginação de volta ao cinema. Atores passaram a contracenar com personagens gerados por computador. Entre os maiores sucesso, temos E.T. e Titanic. Com a evolução, os anos 2000 também continuaram sendo lucrativos para o cinema. Trilogias como *O Senhor dos Anéis (Lord Of The Rings)* e *Harry Potter* e animações da Pixar foram campeões de bilheteria em todo o mundo, devido ao baixo custo de produção e qualidade das imagens. Com o surgimento do DVD, a venda e locação dos filmes supera as bilheteiras em 2005.

A partir de 2009, explica Cousins (2013) que o uso de uma nova tecnologia 3D utilizada primeiramente no filme Avatar, fez com que as salas de cinema adaptassem seu equipamento para exibir os novos filmes 3D que chegaram ao mercado, e voltaram a aumentar o público. A linha do tempo representada na Figura 03, abaixo, resume a história do cinema com seus principais fatos:

**Figura 01: Linha do tempo representando a história do cinema**



Fonte: A autora

O cinema só atingiu tal reconhecimento devido à sua divulgação, e o instrumento que sempre foi responsável por compor as salas de exibição e anunciar ao público foi o cartaz cinematográfico. Vejamos na sequência, uma breve história do cartaz, seguido por sua definição e descrição do gênero cartaz cinematográfico.

## 2.2 CARTAZ DE CINEMA NA HISTÓRIA

A história do cinema, conforme apresentada, no item 2.1 deste trabalho, mostrou que os filmes evoluíram em formato, gêneros, duração, exibição e tecnologia, mas, desde o primeiro filme exibido, o cinema sempre esteve vinculado a um cartaz. A partir daqui será contada a história do cartaz cinematográfico, sua função e as características que o compõem.

Não se sabe ao certo qual foi o primeiro cartaz criado antes do cartaz cinematográfico, mas Hollis (2000, p. 5), afirma que “nas ruas das crescentes cidades do final do século XIX, os pôsteres<sup>10</sup> eram uma expressão da vida econômica, social e cultural, competindo entre si para atrair compradores para os produtos e público para os entretenimentos”. Todo o cartaz possui um valor histórico enquanto meio de divulgação de importantes movimentos na sociedade. Sua

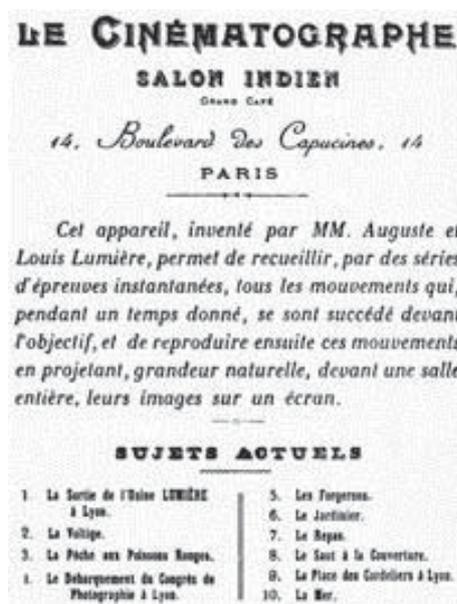
<sup>10</sup> O cartaz pode receber a denominação de pôster. No Brasil, a palavra pôster designa peças de caráter mais artístico ou decoração, enquanto o cartaz traz como função principal a comunicação geralmente em espaço público. Identificamos em algumas obras de origem estrangeira, como é o caso de Hollis (2000), a utilização do termo pôster. (A autora).

capacidade de comunicação imediata fez com que fossem utilizados cartazes durante toda a história, para os mais diversos objetivos.

Por volta de 1880, foi possível criar ilustrações para serem impressas em cartazes, que permitiram refletir o estilo artístico de cada época. Sendo assim, o estudo do cartaz é uma forma de documentar o comportamento da sociedade, pois, conforme Hollis (2000, p. 4), o cartaz é “o mais simples dos veículos gráficos: nesta folha avulsa, sem dobras e impressa de um só lado, o designer reúne os elementos essenciais do design gráfico – o alfabeto e a imagem”, desenvolvido para ser exposto em locais públicos, o cartaz é reconhecido como a peça gráfica projetada mais significativa e nobre em termos de estudo publicitário. No âmbito social, o cartaz, de modo geral, pode ser considerado testemunha da história, sempre presente nas paisagens das cidades para divulgar, informar, promover ou protestar, é responsável por documentar desde o campo do comércio, através do anúncio de produtos, até o campo cultural, na divulgação de peças de teatro e exibições de filmes.

Assim como o cartaz publicitário, o cartaz cinematográfico também traz consigo a representação de determinadas épocas. Observando a história do cinema, percebemos que o cartaz cinematográfico nem sempre foi fruto de uma estratégia elaborada de marketing para atingir seu leitor, visto que os primeiros cartazes surgiram da necessidade de comunicar o espectador o que seria exibido nas salas de projeção, a exemplo dos dois primeiros cartazes representados nas figuras 02 e 03, abaixo.

**Figura 02: Cartaz da primeira exibição de filmes na história**



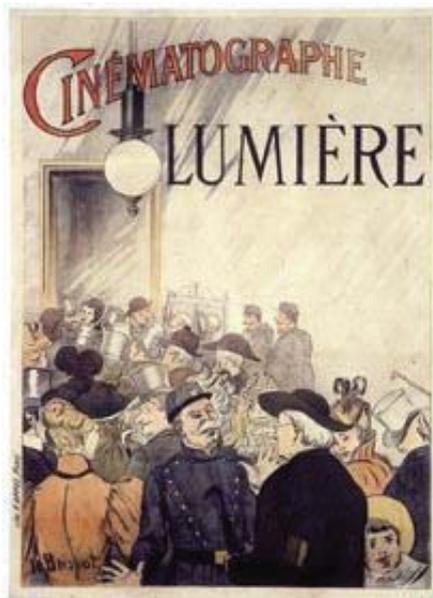
Fonte: LA PREMIÈRE... [2015]

O primeiro cartaz (Figura 02) exposto em frente ao Le Grand Café continha apenas texto explicativo sobre o evento anunciado e convidava o público para contemplar a novidade, continha o seguinte texto, conforme tradução de Quintana (1995, p. 42):

Este aparelho inventado pelos senhores Auguste e Louis Lumière, permite recolher através de uma série de tomadas instantâneas todos os movimentos que durante um certo tempo se sucedem na frente da objetiva e reproduzi-los, logo depois para toda a plateia projetando suas imagens em tamanho natural sobre uma tela.

A figura 03, a seguir, compõe outro cartaz que também foi utilizado pelos irmãos Lumière para anunciar as exibições de seus filmes. Após o sucesso da primeira apresentação, este cartaz ilustra pessoas alegres, divertindo-se ao ver o filme. A intenção era dar ao público a ideia de que ir à exibição do filme seria um programa de diversão, os cartazes ainda não anunciavam quais filmes seriam apresentados.

**Figura 03: Cartaz de exibição do Cinématographe Lumière**



Fonte: LA PREMIÈRE... [2015]

Podemos perceber nas imagens dos cartazes (figuras 02 e 03), expostos pelos irmãos Lumière, a necessidade de se criar a cultura de interesse pelo filme. O primeiro, apenas com texto, contendo a descrição do evento e um convite ao público para que compareça à exibição, já o segundo, mostra pessoas durante a apresentação, sorrindo e conversando, para dar ao espectador a ideia de passar um momento divertido, enquanto assiste aos filmes. Ambos com a intenção de persuadir os espectadores a comparecer às exibições. Além disso, conforme Aita (2011), na divulgação dos filmes não eram citados nomes de atores, diretores, ou qualquer informação técnica, apenas data, local e horário de exibição.

Após a década de 30, o trabalho de confecção do cartaz passou a ser dividido em categorias como diagramação, textos e ilustrações, com diferentes profissionais responsáveis por cada etapa. Antes disso, os cartazes de cada produtora eram criados por um único profissional, que permanecia geralmente no anonimato. Hoje, os cartazes dispostos nas salas de cinema são basicamente a identidade do filme, evidenciando, geralmente, o ator principal ou uma imagem que dê conta de reforçar o gênero do filme.

Dados citados por Quintana (1995) indicam que a indústria norte-americana produz entre 700 e 800 filmes por ano, destes, 130 aproximadamente são exportados para outros países. Com recurso financeiro abundante, as produtoras investem a maior parcela de seu orçamento no marketing de cinema, que é desenvolvida com a intenção de maximizar o público do filme.

Os filmes, conforme Quintana (1995), são produtos comercializados num mercado bem específico. Alguns oferecem mensagem política, outros refletem sobre questões ligadas aos valores da sociedade, enquanto outros são apenas considerados um divertimento, porém, independente do gênero, os filmes precisam ter sucesso de audiência para serem considerados viáveis a seus produtores.

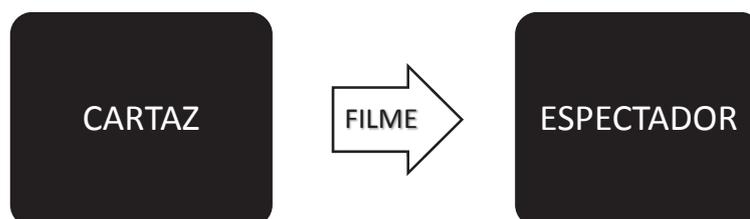
Para lançar o filme, Quintana (1995) explica que a primeira tarefa da produtora é determinar as características do espectador em termos de idade, sexo, perfil econômico, preferência por gêneros e temas, depois cabe ao marketing levar o filme ao conhecimento do público através de campanhas que iniciam semanas e até meses antes da estreia do filme.

Hoje o marketing de cinema conta com vários recursos como cartazes, anúncios em jornais e revistas, outdoors, trailers (veiculados nas próprias salas de cinema, televisão ou internet), brindes promocionais e até sites do próprio filme ou especializados em divulgação cinematográfica. Entre estas, Quintana (1995, p. 52) cita o cartaz como a “cédula de identidade do filme” por ser a base de divulgação: “Uma vez estabelecido o layout do cartaz, este fundamenta as demais peças impressas da campanha publicitária.” (QUINTANA, 1995, p. 52). Ou seja, é ele que dá origem a todo o formato de comunicação posterior. O cartaz permanece associado ao filme de forma permanente, independente do prazo de veiculação do filme.

Conforme o visto até aqui, notamos que a literatura acadêmica em torno do cartaz, trata de diferenciar o cartaz publicitário do cartaz cinematográfico. São poucos os autores, a exemplo de Quintana (1995), que dedica sua pesquisa ao cartaz cinematográfico. Além disso, ao buscar textos em torno deste tema, encontramos também dados como medidas, materiais, qualidade, ou seja, assuntos técnicos exclusivamente da área de design e publicidade. Desta busca, interessou-nos mostrar qual a importância do cartaz para o cinema e sua função, assim, chegamos ao seu processo de criação.

Cada cartaz de filme, ao ser criado, carrega uma gama de significados, transmitidos a partir da soma de imagem e palavras. Sua criação tem pouco a ver com o designer que o criou, conforme Hollis (2000, p. 02), o cartaz é desenvolvido por um designer, que trabalha baseando-se no pedido da produtora, e deve ter sua mensagem numa linguagem que o público-alvo reconheça e compreenda. Os elementos no cartaz devem, ainda, respeitar o gênero do filme, assim, cada parte auxilia a compor o sentido da peça. Na indústria cinematográfica, é comum a exigência do formato ou mensagem do cartaz na busca do lucro pelo consumo do filme, de forma a ser facilmente percebido pelo público, geralmente pré-definido pela produtora do filme.

Para Quintana (1995) a concepção de um cartaz de cinema supõe que seja o fruto de um processo criado na mente de quem o produz. Desse modo, podemos dizer que o cartaz, num primeiro momento, é o interpretante do filme, projetado a partir da mente do cartazista, num segundo momento, conforme Quintana (1995, p. 34) “O cartaz é [...] um signo de existência concreta; que está para seu espectador no lugar da situação cinematográfica como antecedente; que representa o filme, para falar dele, da sua essência”. Esta situação cinematográfica descrita pelo autor ser representada da seguinte forma:



Nesse esquema, vemos representado o Cartaz como (Eu) enunciador, o Espectador sendo o leitor do cartaz, para quem a mensagem é direcionada (Tu) e o filme é o objeto (Ele). O cartaz precisa se adequar ao espectador, pois este precisa compreender a mensagem apresentada no para então, interessar-se ou não pelo filme.

Tratamos neste capítulo sobre a história do cinema, juntamente com a história do cartaz cinematográfico, sua função e construção. A partir deste histórico, mostramos que o cinema teve sua origem em países de língua inglesa, e seu sucesso fez com que os filmes fossem levados a outros países. Nossa opção em olhar para o cartaz sob um olhar enunciativo foi justamente por ser ele que dá origem a toda a comunicação do filme.

A partir destas considerações, a próxima seção tem como objetivo mostrar o cartaz cinematográfico enquanto gênero, pois atende a um propósito comunicativo, vinculado a uma esfera da atividade humana.

### 2.2.1 Cartaz Cinematográfico: um Gênero do Discurso

Nesta seção apresenta-se um percurso teórico para entender o cartaz de cinema como gênero do discurso, para tanto, buscamos base em Bakhtin (2011) e Marcuschi (2002), e seus fundamentos sobre gêneros do discurso, para que se compreenda o enunciado em função da linguagem. Os gêneros surgem de acordo com as necessidades e atividades socioculturais, relacionando-se às inovações tecnológicas. Ao observarmos a grande quantidade de gêneros textuais existentes hoje, em relação a sociedades anteriores à comunicação escrita, notamos um crescimento constante de novos gêneros e novas formas de comunicação orais e escritas. Isso revela que os gêneros textuais estão atrelados às culturas em que se desenvolvem. É difícil defini-los formalmente, por isso devem ser contemplados segundo suas situações de uso.

Bakhtin (2011, p. 261) afirma que “o emprego de uma língua efetua-se em forma de enunciados (orais e escritos) concretos e únicos, proferidos pelos integrantes desse ou daquele campo da atividade humana”. As atividades humanas acontecem em esferas e domínios que são determinados pelos enunciados e pelas atividades desenvolvidas. Os gêneros têm ligação com a cultura, por que os seres humanos comunicam-se através destes, que nascem de uma necessidade comunicativa. A utilização da língua sempre se dá por meio de determinado gênero.

Ainda conforme Bakhtin (2011, p. 262)

A riqueza e a diversidade dos gêneros do discurso são infinitas porque são inesgotáveis as possibilidades da multiforme atividade humana e em cada campo dessa atividade é integral o repertório de gêneros de discurso que cresce e se diferencia à medida que se desenvolve e se complexifica um determinado campo.

Nessa perspectiva, podemos dizer que os gêneros do discurso são dinâmicos, pois, na medida em que são utilizados, assumem funções que atendem a necessidades específicas das esferas em que circulam. Conforme são utilizados, se diferenciam e crescem em relação ao conteúdo temático, estilo de linguagem e construção composicional.

Ao teorizar sobre gêneros, Bakhtin (2011) aponta para a interação social como questão central da linguagem. O sujeito enuncia para outro, usando um determinado gênero e interagindo com o mundo. Antes de tudo, a vontade discursiva do falante (ou daquele que escreve) realiza-se na escolha do gênero do discurso.

O enunciado, segundo Bakhtin (2011), deve ser compreendido como uma unidade discursiva social, capaz de provocar no outro uma atitude responsiva. Assim, todo enunciado é produzido por alguém, que possui uma intenção predeterminada.

Seguindo esse raciocínio, os gêneros sofrem modificações que são consequência do momento histórico em que se inserem. Todo contexto social origina um gênero, que, segundo Marcuschi (2002, p. 19 - 20), se caracteriza como evento textual altamente maleável e dinâmico, o qual “surge emparelhado a necessidades e atividades socioculturais, bem como na relação com inovações tecnológicas. [...] os gêneros textuais surgem, situam-se e integram-se funcionalmente nas culturas em que se desenvolvem”.

Construídos por certos conteúdos, além de estilo e forma próprios, os gêneros apresentam funções sociais específicas; tornam-se, desse modo, modelos comunicativos que permitem a interação social. Segundo Bakhtin (2011), cada esfera da sociedade possui gêneros específicos. Assim, dependendo da esfera social, haverá um tipo específico de gênero a ser utilizado. A recorrência de diversos usos da língua e a variedade dos campos da comunicação humana permitem que os enunciados reflitam todas as finalidades e especificidades de cada situação comunicativa.

Bakhtin (2011) aponta que a formação de novos gêneros está ligada ao aparecimento de novas esferas de atividade humana, que possuem finalidades discursivas específicas. Além disso, os gêneros possuem características que os compõem, tais como conteúdo temático e estilo, contribuindo para a organização das atividades comunicativas do cotidiano. Bakhtin (2011) ainda menciona que o uso da língua se dá através de enunciados, tanto orais quanto escritos, proferidos pelos participantes de diferentes esferas de atividade humana.

Dessa forma, para que haja a possibilidade de classificação de um gênero discursivo, alguns aspectos definidos por Bakhtin (2011) devem ser considerados: o conteúdo temático (assunto), o plano composicional (estrutura formal) e o estilo (leva em conta a forma individual de escrever, a composição frasal e a gramatical, o vocabulário). Podemos enfatizar que todo o enunciado particular é de caráter individual, mas cada campo de uso da língua elabora seus tipos relativamente estáveis de enunciados, de acordo com características específicas, que envolvem tanto os aspectos gramaticais quanto a finalidade comunicativa.

Marcuschi (2002), apresenta os gêneros textuais segundo as suas diferentes funções exercidas na sociedade, sendo estritamente vinculados à vida cultural e social. Os gêneros colaboram na ordenação e na estabilização das atividades comunicativas do cotidiano. Ainda conforme Marcuschi (2002), mediante a análise de alguns gêneros textuais, fica evidente a particularidade de interpretar e representar as ações dos seres humanos em qualquer contexto discursivo, por isso, ao entrar em contato com um determinado gênero, devemos perceber que ele não é produto do “acaso”, mas possui uma funcionalidade, seja de informar um determinado assunto ou persuadir o leitor de alguma forma.

Os gêneros são maleáveis, conforme Marcuschi (2002) “não podemos defini-los com certas propriedades, pois um gênero pode não apresentar determinada propriedade e ainda continuar sendo aquele gênero”, assim deve-se identificar no texto elementos semiolinguísticos que permitem indiciar um determinado gênero textual.

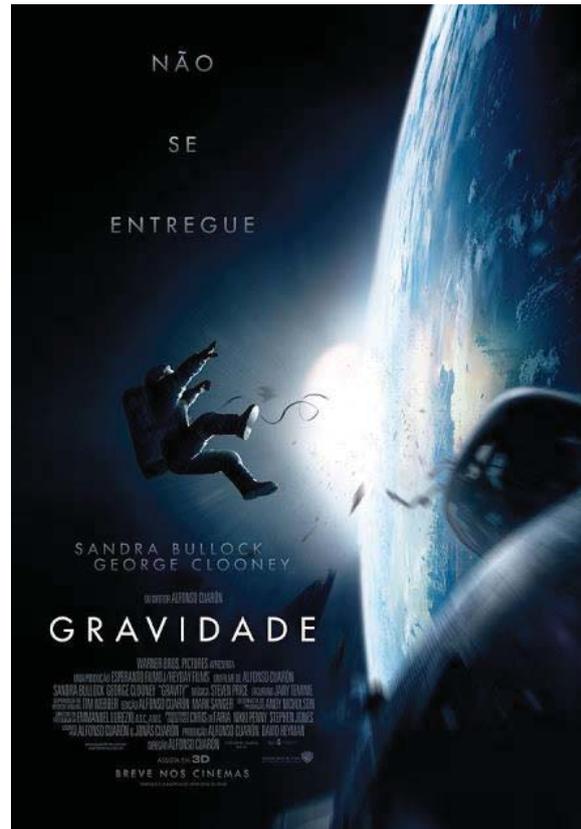
Qualquer texto se inscreve necessariamente em um gênero, que se atualiza em cada nova produção textual. O criador adapta o texto de acordo com as propriedades particulares da situação de ação em que se encontra.

**Figura 04: Cartaz do filme Man of Steel**



Fonte: CARMELO (2013)

**Figura 05: Cartaz do filme Gravidade**



Fonte: CARMELO (2013)

Observamos nas figuras 04 e 05 algumas características facilmente identificadas em outros cartazes cinematográficos, entre elas:

- a) A presença de uma imagem em posição central, de uma série de enunciados breves distribuídos na região superior e na região inferior, correspondendo a comentários da mídia sobre o filme, ou data de lançamento.
- b) Um dos enunciados, geralmente o título, é destacado graficamente pela tipografia, pela cor e pela localização na página.
- c) Na região inferior constam dados como produção, criação de roteiro, direção, atores. Neste local também está descrito, caso necessário, se o filme é uma obra adaptada de outro gênero, ou refilmagem de uma edição anterior;
- d) A relação entre imagem e os segmentos verbais é basicamente ilustrativa, geralmente traz o ator principal ou uma cena de destaque do filme, muitas vezes ajuda a caracterizar o gênero, com uma imagem engraçada ou romântica, por exemplo.

Estas são algumas características que marcam este texto como o gênero cartaz cinematográfico. Este gênero nos serve objeto de análise pois seu estudo traz marcas enunciativas que os outros gêneros não apresentam, como visto nos exemplos (Figuras 04 e 05). Retomando Marcuschi (2002), mesmo não concebendo os gêneros como modelos estanques, precisamos reconhecer que, na produção textual, eles têm uma identidade a ser observada, a qual nos condiciona a escolhas lexicais, formais e temáticas que não podem ser totalmente livres ou aleatórias. Quando refletimos acerca do gênero, observamos um modo de atuação sociodiscursiva em determinada cultura e não um simples modo de produção textual.

A função do cartaz sempre foi “apresentar e promover [...]”; aqui o objetivo do design é prender a atenção e tornar sua mensagem inesquecível” (HOLLIS, 2000, p. 4), o cartaz é o meio que tem a responsabilidade de fazer com que seu leitor tenha vontade de se tornar espectador do filme, é o próprio cartaz que “vende” esta primeira mensagem acerca do filme.

Compreendido o cartaz cinematográfico como gênero, vamos mostrar um estudo linguístico baseado na Teoria da Enunciação de Émile Benveniste. Nesta teoria, o autor assegura que não é possível reproduzir um sistema semiótico igual a outro em outra língua.

### 3 ENUNCIÇÃO: UM MODO DE VER A LÍNGUA EM USO

Este capítulo apresenta uma reflexão sobre alguns conceitos que norteiam a Teoria da Enunciação de Émile Benveniste, essenciais para as análises a serem realizadas no último capítulo. Acreditamos ser necessário explicitar conceitos como sujeito e subjetividade, níveis de análise, forma e sentido, pessoa e não-pessoa, considerados fundamentais para o entendimento da teoria em questão.

Como base teórica serão considerados alguns textos presentes em Problemas de Linguística Geral I (2005 [1966]) e Problemas de Linguística Geral II (1989 [1974]). Os textos abordados serão basicamente *O aparelho formal da enunciação* (1989 [1970]), *Da subjetividade na linguagem* (2005 [1958]), *Os níveis de análise linguística* (2005 [1964]), *Forma e sentido na linguagem* (1989 [1966]) e *Semiologia da língua* (1989 [1969]).

Além de contemplar a base teórica a partir de Benveniste, este capítulo também busca suporte em considerações feitas por leitores e estudiosos de Benveniste, reconhecidos na área da enunciação, tais como Flores (2013), Flores e Teixeira (2005), Nunes (2012) entre outros.

Desenvolvido especialmente na França, o campo denominado linguística da enunciação compreende várias perspectivas teóricas, surgidas em diferentes momentos e com certo número de características comuns. Foram desenvolvidas por diferentes autores, entre eles: Charles Bally, Roman Jakobson, Émile Benveniste, Mikhail Bakhtin, Oswald Ducrot, Jacqueline Authier Revuz, entre outros, que fazem parte desse campo de estudo por promoverem uma linguística com vistas às relações entre linguagem em uso e sujeito.

Referindo-se a tais perspectivas, Barbisan e Flores (2009, p. 5) destacam que “alguns princípios permitem que se atribua parentesco às diversas teorias. Eles estão vinculados, principalmente aos conceitos Saussureanos de *relação*, de *língua* e *fala* e à importância da prioridade da ordem linguística”. Assim, percebemos que as teorias enunciativas partem de princípios saussurianos, mas cada uma delas cria uma perspectiva diferente sobre a língua.

Desde a publicação do Curso de Linguística Geral (CLG), escrito por Charles Bally e Albert Sechehaye, a partir de anotações dos cursos promovidos por Ferdinand de Saussure, houve um aumento expressivo nas discussões voltadas à linguística e que se subdividiram a assuntos mais específicos. De acordo com Barbisan e Flores (2009), dois aspectos que fundamentaram e definiram a linguagem na teoria saussuriana foram o de língua e o de fala, apesar de terem sido reinterpretados ou modificados em toda a linguística de nosso tempo.

A utilização dos termos *teorias da enunciação* (no plural) ou *linguística da enunciação* (no singular), segundo Flores e Teixeira (2005), nos faz compreender que há uma diversidade

nos estudos. O fato de existirem várias teorias da enunciação ao longo dos anos, não supõe divergência histórica entre elas, todas têm em comum preocupações com marcas do sujeito no enunciado e não com o próprio sujeito.

Entre os muitos estudos que abordam a enunciação, acreditamos que Benveniste a teoriza de um modo único, com reconhecida base no pensamento saussuriano. No início de suas pesquisas, Benveniste incluiu em seus estudos a subjetividade no objeto da linguística, mantendo como base o estruturalismo saussuriano e, ao mesmo tempo, tratava do homem na língua, supondo sujeito e estrutura articulados. O princípio básico da teoria de Benveniste é tratar do homem na língua, não se trata aqui do sujeito empírico, mas de um sujeito marcado linguisticamente: “Não atingimos jamais o homem reduzido a si mesmo e procurando conceber a existência do outro. É um homem falando que encontramos no mundo, um homem falando com outro homem, e a linguagem ensina a própria definição do homem” (BENVENISTE, 2005 [1958], p. 285).

Assim, entendemos que não se podem ser concebidos linguagem e indivíduo separadamente, ela é da natureza do homem, que não fabrica a linguagem, apenas realiza pequenos ajustes com base no conhecimento que possui. A linguagem é, assim, condição de existência do homem.

Desta forma, reconhecida a importância de Benveniste para os estudos enunciativos, a partir desta seção, dedicamo-nos aos estudos desenvolvidos por este linguista.

### 3.1 A ENUNCIÇÃO NA PERSPECTIVA DE BENVENISTE

Esta seção tem o objetivo de abordar a teoria da enunciação segundo Benveniste. Mostraremos como o autor desenvolveu sua teoria, para tanto são citadas as obras criadas ao longo de sua vida na área da enunciação; a seguir, será abordado o conceito de enunciação, tendo como base principalmente o texto *O aparelho formal da enunciação*, de 1970, presente no PLG II (1989 [1970]).

Benveniste escreveu diversos artigos que, no conjunto de sua obra, pode-se dizer que são o início de uma Teoria da Enunciação. O autor “dialoga com todo o pensamento teórico de seu tempo, prova disso são os textos dedicados à filosofia, psicanálise, sociologia, antropologia, às teorias da cultura, da lógica, etc” (FLORES, 2013, p. 22). Entre sua grande extensão de obras, são 18 livros, quase 300 artigos, mais de 300 resenhas e 34 comunicações, além de um grande conjunto de manuscritos (FLORES, 2013).

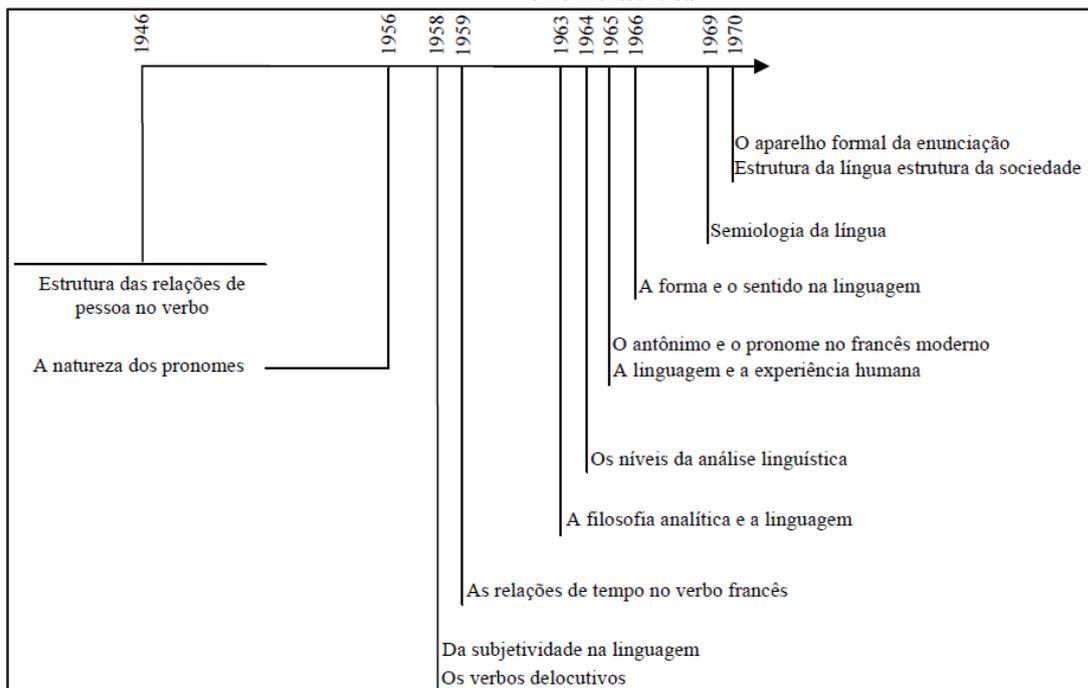
Sua produção em língua portuguesa é restrita a poucas obras, segundo Nunes (2012, p. 67):

a produção disponível no Brasil se resume apenas a um livro dividido em dois tomos, intitulado *Le Vocabulaire des institutions indo-europeenes*, ainda pouco conhecido no país e de importância bem reduzida para os estudiosos da Enunciação, e uma série de 46 artigos e 2 entrevistas, reunidos na coletânea *Problemas de Linguística Geral I e II*.

Enquanto o *Problemas de Linguística Geral I* (publicado na França em 1966) já contava com traduções para o inglês, espanhol e italiano cinco anos após sua publicação, foi somente 10 anos depois, em 1976, que o Brasil lançou a primeira tradução, pela Companhia Editora Nacional. Já o volume II, publicado em 1974, teve sua primeira edição brasileira apenas em 1989, pela editora Pontes. Neste trabalho utilizaremos os livros *Problemas de Linguística Geral I*, de 2005, e *Problemas de Linguística Geral II*, de 1989, doravante denominados PLG I e II.

A disponibilidade de apenas três obras no Brasil representa uma barreira de restrição aos trabalhos benvenistianos. Nunes (2012), contudo, afirma que essa observação não tem tom de crítica, pois os outros estudos de Benveniste provavelmente interessariam a filólogos, além de pouco tratar das questões de Linguística Geral. Entre os textos disponíveis nas duas versões do PLG, destacam-se na figura 06 abaixo os textos de interesse para a enunciação:

**Figura 06: Linha do tempo das publicações de Benveniste que interessam aos estudos enunciativos**



Fonte: NUNES (2012, p. 69)

Feitas as considerações acerca da amplitude da obra de Benveniste, buscaremos definir a Enunciação a partir de um dos últimos textos publicados sob o enfoque enunciativo, tratado pelo autor: *O aparelho formal da enunciação* (1989 [1970]), optamos por este texto pois condensa toda sua reflexão linguística acerca da enunciação, condensando em si todas as discussões realizadas nos textos anteriores a ele, como pessoa x não pessoa, forma x sentido, semiótico x semântico, entre outros.

O texto em questão inicia com a distinção entre *Emprego das Formas* e *Emprego da Língua*, afirmando que as condições da primeira não são iguais às da segunda e afirma: “São, em realidade, dois mundos diferentes (BENVENISTE, 1989 [1970], p. 81) e nos apresenta, a partir daí, outra maneira de ver, descrever e interpretar as mesmas coisas.

Benveniste constrói sua reflexão a respeito da enunciação apoiado no emprego da língua e explica: “trata-se aqui de um mecanismo total e constante que, de uma maneira ou de outra, afeta a língua inteira” e completa: “A enunciação é este colocar em funcionamento a língua por um ato individual de utilização” (BENVENISTE, 1989 [1970], p. 82).

O autor alerta para que tenhamos cuidado em não associar, de modo simplista, a enunciação à fala. A enunciação é o ato de produzir o enunciado e não simplesmente a fala: “Este ato é o fato do locutor que mobiliza a língua por sua conta.” (BENVENISTE, 1989 [1970], p. 82). Em outras palavras, o locutor apropria-se da língua, e tal processo pode ser analisado sob três aspectos:

1. A enunciação é a realização vocal da língua: os sons emitidos na enunciação procedem sempre dos atos individuais, mesmo que na prática científica procure-se atenuar ou até mesmo desconsiderar as diferenças individuais da pronúncia dos sons, na prática sabemos que os sons nunca são reproduzidos da mesma forma pelas pessoas, isso por conta da diversidade de situações que a enunciação contempla (BENVENISTE, 1989 [1970]);
2. A enunciação consiste em uma conversão individual da língua em discurso: “Aqui a questão [...] é ver como o ‘sentido’ se forma em ‘palavras’, em que medida se pode distinguir entre as duas noções e em que termos descrever sua interação” (BENVENISTE, 1989 [1970], p. 83). Através da enunciação, passa-se do nível semiótico ao semântico;
3. A enunciação é definida no *quadro formal de sua realização*. A enunciação é um processo de apropriação: é o locutor quem se apropria do *aparelho formal da língua* e se enuncia. Quando o locutor, através de um ato individual de apropriação da língua, se enuncia, ele *implanta o outro diante de si*, pois toda

enunciação supõe alguém que fala para outro alguém. (BENVENISTE, 1989 [1970]).

Na enunciação consideram-se os seguintes aspectos: o ato em si, as situações em que o ato se realiza e os instrumentos de sua realização. O ato introduz o locutor como condição primeira da enunciação

“Antes da enunciação, a língua não é senão possibilidade da língua” (BENVENISTE, 1989 [1970], p. 83-4). Depois da enunciação, a língua é efetuada em uma instância de discurso que emana de um locutor, forma sonora que atinge um ouvinte e que suscita uma outra enunciação de retorno. Ao fazer isso, o locutor assume a língua e instaura diante de si o outro, independente do grau de presença atribuído ao outro.

A relação entre língua e mundo é outro ponto abordado por Benveniste, porém é uma relação sempre mediada por um sujeito, dependente da enunciação, pois ao usar a língua sempre instauramos novos sentidos. Benveniste (1989 [1970], p. 84) esclarece que essa mobilização da língua e sua apropriação são, para o locutor, a “necessidade de referir pelo discurso e, para o outro, a possibilidade de co-referir”. A referência também integra a enunciação, sendo ela um termo que o sujeito agencia e que depende deste para ter sentido.

Conforme Benveniste (1989 [1970]), ainda, a enunciação é responsável por promover certos signos à existência. *Eu, aqui e agora*, por exemplo, são termos que só existem *na e pela* enunciação, fora dela são termos que não têm referência, portanto, não têm sentido. Alguns elementos linguísticos só fazem sentido quando o enunciador (eu) toma a palavra, direcionando-a a um tu. *Eu e tu* se constituem no ato de dizer. O *aqui* é o lugar onde se fala e *agora* é o momento em que se toma a palavra. As categorias de pessoa, tempo e lugar são constituintes fundamentais da enunciação, conforme veremos adiante.

Aqui foram apresentados apenas alguns conceitos-base, fundamentais para o entendimento de nosso trabalho, como afirma Flores (2005, p. 131), no texto *Por que gosto de Benveniste?*, “E ainda há mais em Benveniste: há os textos sobre a psicanálise, a sociologia, a antropologia, as teorias da cultura, a lógica, etc.”, portanto apresentamos aqui apenas o esboço da Teoria de Benveniste, autor indispensável ao tratar dos estudos da Enunciação.

A próxima seção deste capítulo torna-se provavelmente a mais importante em nosso trabalho, à medida que aprofundamos nosso estudo sobre a constituição do enunciado, nosso objeto de estudo, partindo dos níveis de linguagem até sua forma e sentido.

### 3.2 A SUBJETIVIDADE EM QUESTÃO

O texto anterior, item 3.1, apresentou a Enunciação na Perspectiva de Benveniste e serviu-nos de base para a compreensão do que vem a seguir. A partir daqui, trataremos os conceitos importantes para a análise ao final deste trabalho. Partindo da noção de que, ao enunciar, o locutor instaura o outro diante de si, este conceito é essencial para que a linguagem passe a ser discurso e para que possamos mostrar como Benveniste define o sujeito da enunciação a partir da definição de pessoa.

Benveniste em *A Subjetividade da linguagem*, texto de 1958, indagou-se sobre o que realmente seria a linguagem: “Se a linguagem é, como se diz, instrumento de comunicação, a que deve ela essa propriedade?” (BENVENISTE, 2005 [1958], p. 284). Segundo o autor, a razão para tal questionamento é a de que esta propriedade da linguagem oferece tais arranjos que a tornam apta a servir de instrumento, todavia, o autor afirma que estas propriedades não são da linguagem, mas do discurso que ele define como “linguagem posta em ação – e necessariamente entre parceiros” (BENVENISTE, 2005 [1958], p. 284).

Benveniste (2005 [1958], p. 285) explica que “a linguagem está na natureza do homem, que não a fabricou” e “não atingimos nunca o homem separado da linguagem e não o vemos nunca inventando-a”. Não encontramos um homem isolado, mas um homem falando com outro homem, e a linguagem ensina a própria definição do homem. Assim, deve-se observar o processo de constituição de homem como sujeito, “na e pela linguagem”, pois “só a linguagem fundamenta na realidade, na *sua* realidade que é a do ser, o conceito de ‘ego’” (BENVENISTE, 2005 [1958], p. 286). Essa constatação conduz à fundamentação do conceito de subjetividade de que trata esse autor, sendo “a capacidade do locutor para se propor como ‘sujeito’” (BENVENISTE, 2005 [1958], p. 286) tendo como condição a linguagem.

O fundamento da subjetividade é determinado pela pessoa e por seu *status* linguístico. É por meio da subjetividade que um locutor passa a ser sujeito, ficando evidente que o sujeito em Benveniste não é nenhum sujeito psicológico ou sociológico. Só há sujeito na linguagem fundamentado no status linguístico de pessoa.

A noção de pessoa existe em qualquer língua e, por consequência, a possibilidade da subjetividade na linguagem também, pois o sujeito serve de meio pelo qual a língua se realiza. Diante da constatação de que a noção de pessoa está presente em todas as línguas, Benveniste (2005 [1958]) insere o homem na língua e apresenta a noção de sujeito, pois, ao produzir um ato de fala, ele se constitui como *eu* instalando a subjetividade na linguagem, definindo as pessoas do discurso.

Flores (2013) explica que *sujeito* em Benveniste não é nem *locutor* nem *o homem*, mas sim uma instância que decorre da apropriação do discurso feita pelo *locutor*. Sujeito é um efeito desta apropriação. Esta característica é marcada a partir da categoria de pessoa.

Antes de prosseguir, é necessário distinguir claramente os conceitos pertencentes à noção de pessoa (eu-tu) e não-pessoa (ele). Ao abordar esses conceitos, Benveniste parte de um estudo sobre os pronomes, afirmando que *eu* não denomina nenhuma entidade lexical, nem pertence a um indivíduo em particular, mas é aquele que se designa como sendo eu no momento que se apropria da linguagem e se enuncia (é o locutor).

O par pessoa/não-pessoa aparece pela primeira vez no texto *Estrutura das Relações de pessoa no verbo*, de 1946. Nele, Benveniste (2005 [1958], p. 250) reflete sobre a categoria de pessoa no verbo, assim, identificamos nas palavras do autor a seguinte distinção:

Eu designa aquele que fala e implica ao mesmo tempo um enunciado sobre o “eu”; dizendo eu, não posso deixar de falar de mim. Na segunda pessoa, “tu” é necessariamente designado por eu e não pode ser pensado fora de uma situação proposta a partir do “eu”; e, ao mesmo tempo, eu enuncia algo como um predicado de tu. (BENVENISTE, 2005 [1958], p. 250).

Em outras palavras, as categorias de pessoa no verbo se distribuem em: a que fala (eu), aquela com quem se fala (tu, designado por um eu). Sendo assim, toda a vez que um eu se pronuncia na instância de discurso, naturalmente, instaura um “tu”, e ambos estabelecem uma interação, onde o “eu” é o enunciador e “tu” representa para quem a mensagem é dirigida.

A forma da terceira pessoa (ele), por ser “aquele que está ausente”, revela um enunciado sobre alguém ou sobre algo, nada referido a uma pessoa específica. Então, *ele* é considerado como a não-pessoa, pois, conforme Benveniste (2005 [1958], p. 250) “Da terceira pessoa, porém um predicado é bem enunciado somente fora do “eu-tu”; essa forma é assim exceptuada da relação pela qual “eu” e “tu” se especificam. Daí, ser questionável a legitimidade dessa forma como “pessoa””.

Então, *ele* é aquele de quem se fala (ele – enunciado somente fora do “eu-tu”). As duas primeiras pessoas não estão no mesmo plano da terceira, que é a forma não pessoal da flexão verbal.

Existem três características nas quais fica evidente a diferença entre pessoa (eu e tu) e não pessoa (ele), dentro da obra de Benveniste (2005 [1958]):

- a) o *tu* ao qual *eu* se dirige são sempre únicos. *Ele* pode ser uma infinidade de sujeitos ou nenhum;
- b) *eu* e *tu* podem se inverter entre si;
- c) *eu* e *tu* se opõem juntos à forma de não pessoa (= *ele*).

A não-pessoa tem referência objetiva, determinada sintaticamente, e só serve na qualidade de substituto de termos do enunciado ou podem se revezar com este. Essa função de “representação” substitui um segmento ou até um enunciado completo, por uma “necessidade de economia”. A não-pessoa pertence ao discurso, só aparecendo na fala do *eu* e do *tu*; a referência do *ele* não pertence à instância do discurso do *eu*.

Ao enunciar, *Eu* se propõe como sujeito e, para isso, tem como condição a linguagem. Entre *Eu* e *Tu* há uma correlação de subjetividade. *Eu* é interior ao enunciado e exterior a *Tu*. *Tu* é a pessoa não subjetiva em face da pessoa subjetiva que *Eu* representa. Juntos *Eu-Tu* estão opostos à forma da não-pessoa. Como vimos, os pronomes pessoais são o ponto inicial na indicação da subjetividade da linguagem, mas opera ainda com alguns indicadores da dêixis, de lugar e tempo, que organizam as relações espaciais e temporais em torno do sujeito.

Constatamos que este domínio se amplia e deve chamar a si a expressão da temporalidade. Conforme Benveniste (1989 [1965], p. 69), em *A linguagem e a experiência humana*, “o pronome pessoal não é a única forma desta natureza. Alguns outros indicadores partilham a mesma situação, notadamente a série dos dêiticos” estes são os demonstrativos que organizam o tempo e o espaço dentro da fala do *Eu*.

Quanto à categoria de tempo, Benveniste (1989 [1965]) afirma que as formas linguísticas que exprimem o tempo são, de todas as formas linguísticas capazes de revelar a experiência subjetiva, as mais ricas e também as mais difíceis de serem analisadas, exploradas, pois estão “arraigadas as ideias pré-estabelecidas, às ilusões do ‘bom senso’, às armadilhas do psicologismo” (BENVENISTE, 1989 [1965], p.70). O termo “tempo” admite representações diferentes e a língua conceitua o tempo de modo totalmente diferente da reflexão.

Entendendo “que o sistema temporal de uma língua reproduz a natureza do tempo ‘objetivo’, tão forte é a nossa propensão a ver na língua o decalque da realidade” (BENVENISTE, 1989 [1965], p. 70), o autor afirma ainda que as línguas são divergentes justamente no modo pelo qual elaboram um sistema temporal complexo e oferecem construções diversas do real. Para Benveniste (1989 [1965]) existe um tempo que é específico da língua; contudo, antes de chegar ao nível da expressão linguística, é necessário diferenciar duas noções do tempo: o tempo físico do mundo e o tempo crônico.

O tempo físico do mundo é um contínuo uniforme, infinito, linear, segmentável à vontade. Ele tem por correlato no homem uma duração infinitamente variável que cada indivíduo mede pelo grau de suas emoções e pelo ritmo de sua vida interior. Do tempo *físico* e de seu correlato *psíquico*, surge a categoria do tempo crônico, que é o tempo dos acontecimentos, que engloba também nossa própria vida, enquanto sequência de acontecimentos (BENVENISTE, 1989 [1965], p. 71, grifo do autor).

Segundo o linguista, numa experiência que considera comum, o tempo vivido corre sem fim e sem retorno, uma vez que ninguém jamais reencontra a sua infância, nem o ontem, nem o que acabou de passar. Benveniste esclarece que o que denominamos “tempo”, no tempo crônico, “é a continuidade em que se dispõem em série estes blocos distintos que são os acontecimentos. Porque os acontecimentos não são o tempo, eles estão no tempo. Tudo está no tempo, exceto o próprio tempo” (BENVENISTE, 1989 [1965], p.71). O tempo crônico nos permite olhar os acontecimentos em duas direções: do passado ao presente ou do presente ao passado, ou seja, de um passado próximo ou distante.

*Aqui* é o espaço do *eu*, a partir do qual todos os outros espaços são ordenados. *Agora* é o momento em que o *eu* toma a palavra e, a partir dele, toda a temporalidade linguística é organizada. O tempo linguístico, como apresentado por Benveniste (1989 [1965]), não deve ser confundido com o tempo cronológico, nem com o tempo físico, pois o tempo linguístico ocorre quando o falante toma a palavra instaurando um *agora*, que é o momento da enunciação.

A partir das considerações de Benveniste ao nosso objeto de pesquisa, pensando na adaptação dos nomes dos filmes também como enunciação, encontramos o *eu* que produz o texto em outro idioma, e se vê condicionado a um *tu*, em um outro tempo e espaço (aqui e agora) que não é o mesmo da instância de discurso criada para o texto original. Assim, temos um *eu* que produz o cartaz dirigido a um *tu* (público interessado em assistir ao filme) e adapta a enunciação presente no cartaz em função desse *tu*. Nesta enunciação do cartaz, existe ainda a presença de uma não-pessoa: o filme é aqui considerado o *ele* da enunciação. Como vimos anteriormente, a função do criador do cartaz é a de adaptar a mensagem a seu público, mostrando no cartaz frase e imagem correspondente ao filme.

Definidas as categorias enunciativas pessoa, espaço e tempo, as quais possibilitam, como já mencionado, a proposição da subjetividade na linguagem, na próxima seção nos deteremos em mais duas noções-chave da teoria, para a análise dos títulos dos filmes presentes nos cartazes: noções de forma e sentido.

### 3.3 FORMA E SENTIDO NA LINGUAGEM: UMA CORRELAÇÃO BIUNÍVOCA?

Nesta seção, talvez a mais importante deste trabalho, veremos que o semiótico é particular de cada língua, define sua organização no nível paradigmático e sua unidade é o signo, enquanto o semântico se define pelo sintagma, que tem como unidade a palavra e esta encontra expressão na frase.

Conforme Benveniste (1989 [1966], p. 226), “cada língua, em sua organização, está sujeita a análises semelhantes e se obterá assim esquemas que ilustrarão a própria estrutura de cada idioma”, desta forma, traçamos um percurso teórico que nos leva a compreender os níveis de análise linguística, a distinção entre signo e frase e mostrar que a partir deles constituem-se duas maneiras de ser língua no sentido e na forma: o semiótico e o semântico.

As primeiras ideias de Benveniste acerca de forma e sentido foram publicadas em 1964, no texto *Os Níveis da Análise Linguística*, onde o autor defende que a língua está organizada em níveis, e esses níveis se relacionam entre si. Benveniste (2005 [1964], p. 127) apresenta a linguagem como um “sistema orgânico de signos”, nele há uma delimitação dos elementos, que ocorre tanto no eixo sintagmático quanto no eixo paradigmático, através das relações que os unem. Portanto, a língua deve ser compreendida em diferentes níveis hierarquicamente construídos: os fonemas, seus traços distintivos, a palavra e a frase.

A delimitação dos elementos citada acima, ocorre baseando-se em duas operações: segmentação e substituição. Independente da extensão do texto ele pode ser segmentado em porções cada vez mais reduzidas (por exemplo, da palavra para o fonema), dividindo-se em níveis, delimitando os segmentos da língua. Esses segmentos para adquirir status linguístico devem ter sentido, que, conforme Benveniste (2005 [1964], p. 130), é “[...] a condição fundamental que todas as unidades de todos os níveis devem preencher para obter status linguístico”, o sentido é, então, condição indispensável na análise linguística.

Benveniste (2005 [1964]) destaca que, analisando a situação inversa, entre a palavra e a unidade de nível superior, compreendemos que essas relações são mais difíceis de se definir, pois “essa unidade não é uma palavra mais longa ou mais complexa: depende de outra ordem de noções, é uma frase. A frase realiza-se em palavras, mas as palavras não são simplesmente seus segmentos” (BENVENISTE, 2005 [1964], p. 132). Para compreender o que acontece ao passarmos da palavra à frase, devemos analisar como se articulam as unidades de acordo com seus níveis, Benveniste (2005 [1964], p. 132) aponta que “A frase realiza-se em palavras mas as palavras não são simplesmente os seus segmentos.” A palavra analisada como unidade autônoma mantém uma significação, que pode ser alterada quando constitui uma frase. Sendo assim, a palavra é um elemento sintagmático dentro da frase.

O processo de mudança do nível da palavra para a frase parece linear, mas Benveniste (2005 [1964]) observa duas situações que podem ocorrer na relação entre as unidades linguísticas na mudança de nível: a relação distribucional (entre elementos de mesmo nível) e relação integrativa (entre elementos de nível diferente). Barbisan e Flores (2009, p. 13) explicam que “estes dois tipos de relação são justificados pelo fato de que um signo é função

dos elementos que o constituem e único meio de definir estes elementos como constitutivos é pela função integrativa”, então, estas relações são interdependentes, pois uma unidade só será distinta se for caracterizada como integrante de seu nível superior.

A partir das noções de distribuição e integração é possível compreender outras duas noções fundamentais, as de forma e de sentido, representadas no quadro 01:

**Quadro 01: Relações distribucionais e integrativas**

<b>RELAÇÕES DISTRIBUCIONAIS</b>	<b>RELAÇÕES INTEGRATIVAS</b>
Permitem reconhecer unidades <i>constituíntes</i>	Permitem reconhecer unidades <i>integrantes</i>
FORMA: capacidade de dissociação	SENTIDO: capacidade de integração

Fonte: FLORES et al. 2009, p. 207

No Quadro 01, vemos que a noção de forma está ligada às relações distribucionais, permitindo reconhecer unidades como constituíntes, já o sentido está ligado à capacidade de integração, reconhecendo unidades como integrantes.

Em *Os níveis da análise linguística* (2005 [1964]), a frase é considerada uma unidade linguística superior às outras unidades (fonema, morfema, palavra), dotada de sentido e referência. Possui sentido porque possui significação, e referência pois remete ao mundo idealizado pelos locutores no ato de enunciação.

A frase é o segmento do discurso que se constitui como uma unidade completa, dotada de sentido e de referência: é carregada de significação e refere-se à determinada situação. A condição que possibilita que a frase possa ser analisada pelo locutor é essa dupla propriedade que possui, uma vez que não tem número finito, nem distribuição, nem emprego, e a única forma de definir uma frase, de dizer a sua diferença, é pela referência a uma determinada situação.

Assim, entramos no domínio da língua em uso, visto que “a frase, criação indefinida, variedade sem limites, é a própria vida da linguagem em ação” (BENVENISTE, 2005 [1964], p. 139). A frase não apresenta somente um sentido para o autor, pois aqui ele a entende como um segmento do discurso atualizado por um locutor: “pertence bem ao discurso” (BENVENISTE, 2005 [1964], p. 139), é no discurso atualizado em frases que a língua é formada e configurada, passamos da língua à linguagem.

A questão da Forma e Sentido é retomada por Benveniste no texto de 1966, intitulado *A forma e o sentido na linguagem*. Nele, Benveniste ainda apresenta as noções de forma e sentido, mas com abordagem diferente do *Os níveis da análise linguística*.

Sobre a relação Forma e Sentido, o autor destaca que “é a noção implicada pelo termo mesmo da língua como conjunto de procedimentos de comunicação identicamente compreendidos por um conjunto de locutores; e a forma é, do ponto de vista linguístico, ou a matéria dos elementos linguísticos quando o sentido é excluído ou o arranjo formal destes elementos ao nível linguístico relevante.” (BENVENISTE, 1989 [1966], p. 222), ao falar sobre a forma e o sentido o autor está deixando claro que não há como separar uma noção da outra, ou seja, a forma é o modo como o conteúdo está disposto para ser compreendido pelo locutor.

Ainda conforme Benveniste (1989 [1966]) separar essas duas noções é uma convenção banal. Forma e sentido surgem como propriedades conjuntas, inseparáveis no funcionamento da língua, mas se considerarmos o funcionamento da língua, reinterpretando esta oposição, encontraremos o problema mais importante da linguagem: a significação.

A essência da linguagem é significar e da linguagem fazem parte toda e cada ação do ser humano relacionada ao discurso, desde as atividades de fala e pensamento às realizações individuais e coletivas; resumindo, nas palavras do próprio Benveniste (1989 [1966], p. 222), “[...] bem antes de servir para comunicar, a linguagem serve para *viver*”, ou seja, sem a linguagem não existiria possibilidade de sociedade nem de humanidade, assim, é impossível separar a forma do sentido, visto que a linguagem existe em virtude de uma relação profunda entre os dois.

Benveniste retoma Saussure e reconhece que a língua é um sistema de signos, no entanto, deixa claro que pretende ir além:

Quando Saussure introduziu a idéia de signo linguístico, ele pensava ter dito tudo sobre a natureza da língua; não parece ter visto que ela podia ser outra coisa ao mesmo tempo, exceto no quadro da oposição bem conhecida que ele estabelece entre língua e fala. Compete-nos tentar ir além do ponto a que Saussure chegou na análise da língua como sistema significante. (BENVENISTE, 1989 [1966], p. 224).

Como vemos na passagem citada, Benveniste apresenta, no conceito de signo linguístico Saussuriano, mais do que apenas o significante e significado. O autor acredita não ser possível definir o que signo significa, pois é necessário que um signo seja aceito e se relacione de alguma maneira com os demais signos para que exista.

Benveniste (1989 [1966]) atenta para o fato de que, se examinarmos de forma minuciosa a estrutura formal dos significantes, é possível localizarmos uma série de características em cada língua, criando-se, assim, “na análise do significante um plano distinto daquele dos fonemas, o

plano dos componentes formais do significante” (BENVENISTE, 1989 [1966], p. 226). A partir deste raciocínio, assumimos que “é no uso da língua que um signo tem existência; o que não é usado, não é signo; e fora do uso o signo não existe. Não há estágio intermediário; ou está na língua ou está fora da língua” (BENVENISTE, 1989 [1966], p. 227). Assim sendo, significar é ter um sentido. A língua para Benveniste torna-se então um sistema semiótico.

O nível semiótico tem por critério “necessário e suficiente que se possa identificá-lo no interior e no uso da língua” (BENVENISTE, 1989 [1966], p. 227), pois esse nível designa o modo de significação do próprio signo linguístico e o constitui como unidade. Após tratar do nível dos signos, Benveniste (1989 [1966]) se questiona a respeito da frase, sobre qual seria sua função comunicativa na língua, visto que nos comunicamos por frases, mesmo que truncadas ou incompletas, mas são sempre frases.

Esse teórico destaca que signo e frase são distintos e instaura uma divisão fundamental, argumentando que “há para a língua duas maneiras de ser língua no sentido e na forma” (BENVENISTE, 1989 [1966], p. 229), ou seja, a língua é atravessada por duas espécies e dois domínios da forma e do sentido – o semiótico e o semântico, e este semiótico é o específico de cada língua. Estas duas maneiras de ser língua (BENVENISTE, 1989 [1966], p. 229) estão diretamente ligadas às duas modalidades fundamentais da função linguística, a de *significar* para a *semiótica*, aquela de *comunicar* para a *semântica*, conforme veremos a seguir.

No domínio semiótico, sua unidade, o signo linguístico é definido em uma relação paradigmática. Para ser signo, é necessário que o falante reconheça uma relação forma-sentido contida de significado em determinada língua. Conforme Nunes (2012, p. 97), “é necessário determinar se *há* sentido e não *qual* o sentido, que é âmbito do semântico”, pois o semiótico sempre muda de uma língua para outra.

No nível semiótico, enquanto a forma está ligada ao significante, o sentido compreende as “relações de oposições com outros signos da língua.” (FLORES et al., 2009, p. 212). Esse nível, reiteramos, tem como critério a capacidade de identificar o signo no interior da língua, pois as formas precisam ser reconhecidas e aceitas pelos usuários da língua. O semiótico é da ordem do estável, do fixo, do “intra-linguístico”, uma vez que todo signo é distintivo, significativo em relação aos demais.

O semiótico é próprio e particular de cada língua, daí três consequências assim explicitadas por Benveniste (1989 [1966], p. 228):

Em primeiro lugar, em qualquer momento, em semiótica não se ocupa da relação do signo com as coisas denotadas, nem das relações entre a língua e o mundo. Em segundo lugar, o signo tem sempre e somente valor genérico e conceptual. Ele não admite significado particular ou ocasional, excluindo-se tudo o que é individual, as situações de circunstâncias são como não acontecidas. Em terceiro lugar, as oposições

semióticas são de tipo binário. A binaridade me parece ser a característica semiológica por excelência, na língua antes de tudo e depois em todos os sistemas de comportamento nascidos no seio da vida social e dependentes de uma análise semiológica. Enfim, deve ser entendido que os signos se dispõem sempre e somente em relação paradigmática.

Portanto, o nível semiótico designa o modo de significação próprio do signo linguístico e o institui como unidade. O signo é, então, a unidade semiótica, e, como tal, deve ser compreendido do ponto de vista da forma e do sentido, é dotado de significação no espaço dos que fazem uso de uma língua, para que o signo exista deve ser aceito e relacionar-se de uma forma ou de outra com os outros signos.

Todas as línguas possuem formas, mas essas formas não são iguais. Não existe uma relação biunívoca entre as formas das diferentes línguas, o que existe é uma relação de semelhança, de equivalência do sentido construído pelo emprego dessas formas. Para compreendermos esta equivalência de sentido, vamos explorar o âmbito semântico.

Do semiótico para o semântico há uma grande mudança de perspectiva:

A semiótica se caracteriza como uma propriedade da língua; a semântica resulta de uma atividade do locutor que coloca a língua em ação. O signo semiótico existe em si, funda a realidade da língua, mas ele não encontra aplicações particulares; a frase, expressão do semântico, não é *senão* particular. Com o signo tem-se a realidade intrínseca da língua; com a frase liga-se às coisas fora da língua; e enquanto o signo tem por parte integrante o significado, que lhe é inerente, o sentido da frase implica referência à situação de discurso e à atitude do locutor. (BENVENISTE, 1989 [1966], p. 229-230).

Enquanto a semântica decorre da atividade de um locutor que coloca a língua em funcionamento, a semiótica tem como característica ser própria da língua. A noção de semântica é essencial à vida do homem. Ela tem a capacidade de organizar o pensamento e o desenvolvimento da consciência, introduz o homem no domínio da língua como função mediadora tanto entre o homem e o homem, quanto o homem e o mundo, é responsável por transmitir a informação, ou seja, comunicar a experiência. Este é o nível do uso, resultando na atividade do locutor ao colocar a língua em funcionamento. A unidade deixa de ser o signo e passa a ser a frase.

A semântica se expressa através da frase, sua unidade é a palavra. A frase é considerada por Benveniste (1989 [1966], p. 229) “a expressão semântica por excelência”, tratada pelo autor como o intencionado, a intenção de dizer do locutor, a atualização linguística de seu pensamento.

A semiótica (signo) caracteriza uma propriedade da língua, enquanto a semântica (frase) é o colocar a língua em ação, ambas estão estreitamente ligadas. “Com o signo tem-se a

realidade intrínseca da língua; com a frase liga-se às coisas fora da língua”, (BENVENISTE, 1989 [1966], p. 230).

Nunes (2012) evidencia quatro aspectos desta mudança do semiótico para o semântico, conforme consta no quadro 02:

**Quadro 02: Comparação entre os níveis semiótico e semântico**

Semiótico	Semântico
É uma propriedade da língua.	É resultado da própria atividade do locutor que coloca a língua em ação.
O signo, fundante da realidade linguística, existe em si e não encontra aplicações particulares.	A frase não é “senão particular”.
O domínio semiótico é intralinguístico, definido dentro do próprio sistema.	O domínio semântico se relaciona à instância do discurso e à atitude do locutor.
O sentido se estabelece por uma relação paradigmática.	A relação é sintagmática.

Fonte: baseado em Nunes (2012)

Ao contrapor semiótica e semântica, verifica-se que o aspecto semiótico está organizado por relações paradigmáticas, internas à língua, e que cada signo significa somente em relação de diferença com os demais na comunidade daqueles que utilizam determinada língua. Já o semântico, que está organizado por operações sintagmáticas (nível da frase), depende da apropriação da língua pelo falante, de um colocar a língua em ação por um locutor.

Surge aí uma das questões fundamentais para este trabalho, a de observar a adaptação de uma língua para outra sob o olhar semântico, uma vez que os títulos dos filmes, compostos por frases, devem ser analisados levando-se em consideração o fato de colocar a língua em ação, atuando como mediadora entre homem e mundo. Sendo assim, a partir deste ponto, a semântica será nosso foco.

Como primeira constatação em torno da semântica, Benveniste (1989 [1966], p. 230) estabelece que sua forma é o sintagma; enquanto “O sentido da frase é de fato a *ideia* que ela exprime”. Esse sentido se realiza por sua organização sintática, o que o autor chama de “agenciamento de palavras”, nele o locutor seleciona e emprega as palavras de acordo com o sentido pretendido.

Outro termo que se faz necessário apresentar é o “referente”, que é o “objeto particular a que a palavra corresponde no caso concreto da circunstância ou do uso” (BENVENISTE, 1989 [1966], p. 231), o referente é tão relevante quanto a noção de sentido, pois, na medida em que o sentido da frase tem a proporção da ideia que ela exprime, a referência da frase é vista como o “estado de coisas que a provoca, a situação de discurso ou de fato a que ela se reporta e que nós não podemos jamais prever e fixar” (BENVENISTE, 1989 [1966], p. 231). Ainda que seja possível compreender o sentido de uma palavra individualmente, ele muda ao tomar esta palavra colocada em uma frase, ela mudará seu sentido, o que nos faz compreendê-la em seu novo sentido dentro da frase é a referência.

Em relação às palavras, conforme o autor, seu sentido é resultante do modo como elas são combinadas, assim “o sentido de uma palavra consistirá na sua capacidade de ser integrante de um sintagma particular e de preencher uma função proposicional” (BENVENISTE, 1989 [1966], p. 232). Esta capacidade, é a polissemia, que resulta na soma de valores contextuais e em constante alteração de valores ou permanência, assim, a palavra pode se enriquecer ou desaparecer na frase.

No que diz respeito à frase no escopo da teoria de Benveniste, Flores (2013, p. 142) afirma que “*frase* adquire uma força muito grande na reflexão de Benveniste, chegando, inclusive, a ser comparada à produção de discurso, ou seja, a própria enunciação”. Encontramos nestas palavras o que Benveniste (1989 [1966]) considera a conversão do pensamento em discurso.

Este processo de transformação do pensamento em discurso está sujeito à estrutura formal do idioma, ou seja, “à organização tipológica que, segundo a língua, faz predominar tanto o gramatical quanto o lexical (BENVENISTE, 1989 [1966], p. 233). Conforme esse teórico, esta possibilidade de “dizer a mesma coisa” em diferentes categorias de idiomas é a prova da independência relativa do pensamento e de sua estreita adequação à estrutura linguística.

Dessa maneira, observamos que é possível “transpor o semantismo de uma língua para o de uma outra [...] é a possibilidade da tradução; mas não se pode transpor o semioticismo de uma língua para o de uma outra; é a impossibilidade da tradução” (BENVENISTE, 1989 [1966], p. 233). Ou seja, é sempre possível falar em diferentes idiomas sobre a mesma ideia, através de uma equivalência de sentido. Conforme Nunes (2012), se a língua impõe restrições à forma é possível que a mudança de idioma traga consigo uma mudança em maior ou menor grau da forma como também do sentido.

Ao se criar o cartaz cinematográfico em outro idioma, há o desafio de garantir o sentido, ou uma equivalência de sentido quando a forma muda. Segundo Nunes (2012, p. 112),

Seguindo esse raciocínio fica fácil entender porque é possível transpor o semiótico de uma língua para o de outra, justamente por que o que se “transpõe” é sentido, e não forma. Em outros termos, não se pode transpor o jogo de oposições inerentes a um determinado sistema linguístico para o de outro.

Assim, ao realizar a adaptação do título do filme, o produtor do cartaz precisa observar os mecanismos de produção utilizados na criação do título original, para ter condições de estabelecer que sentidos podem ou não serem transcritos na adaptação, o que somente é possível no nível semântico. Encerramos esta seção retomando a questão: Ao produzir o cartaz em outro idioma, o que muda?

Conforme Nunes (2012) a forma sempre muda de uma língua para outra, pois o código linguístico muda. A tarefa do Eu ao enunciar um novo título em outra língua é essencialmente produzir um “mesmo” semântico, partindo de semióticos diferentes. A autora destaca a palavra “mesmo” entre aspas, pois

[...] uma vez que o semântico está assentado sobre o semiótico, a própria mudança de uma língua para outra imprime necessariamente mudanças no sentido a ser veiculado pela tradução. As diferenças entre línguas se tornam, assim, o problema e a condição de existência do fenômeno tradutório.

Em textos adaptados do inglês para o português, conforme Nunes (2012), casos em que, às vezes, a forma muda totalmente para o novo idioma, é possível encontrar o seu sentido. Assim, é recriada a condição de enunciação necessária para que o efeito causado no leitor seja o mais semelhante possível àquele causado no leitor do texto original. Pensando em nossa pesquisa, podemos dizer que, ao adaptar o título de um filme para outro idioma, temos o “mesmo” sentido, ou seja, um sentido pretendido, equivalente ao original.

Para apresentar a seção seguinte, vamos fazer este parêntese na teoria para mostrar um olhar mais técnico sob a mudança dos títulos para outros idiomas.

### **3.3.1 Por trás da criação dos títulos**

Para os objetivos deste trabalho, interessa-nos investigar o sentido sugerido pelo título do filme original e o português, juntamente com as imagens, presentes nos cartazes, assim, esta seção explica como os títulos são criados e ficam, por vezes, tão diferentes dos originais.

Nesta seção vamos responder à pergunta *Porque o título muda?* proposta na introdução deste trabalho, sob o olhar técnico, mostrando autores que trabalham diretamente com a

mudança de título. Como já citado, este não é um trabalho sobre tradução, utilizaremos, porém, alguns termos em comum com a teoria da tradução que nos são úteis para o entendimento e desenvolvimento da pesquisa, como, por exemplo, os termos transposição, equivalência e adaptação.

Conforme Santos (2007), a transposição ocorre quando um significado do texto original de determinada categoria gramatical passa a ser expresso no texto em outro idioma por outra categoria gramatical, sem que seja alterada a mensagem original. Isso acontece, por exemplo, ao transformar três palavras em duas, como é possível verificar em um dos títulos selecionados: (I don't know = Não sei). Já a equivalência substitui uma parte do texto original por outro que não o traduz literalmente, mas é equivalente, essa característica é muito comum em expressões idiomáticas.

Conforme Venturin e Paganotto (2010, p. 173), há pouca discussão no universo acadêmico sobre a mudança nos títulos de filmes estrangeiros em relação ao português, que “ora são mantidos na própria língua, ora são traduzidos completamente da versão original, ou seja, diferente do que ele significa literalmente.” Para as autoras pouco é comentado sobre o processo mudança de idioma nos filmes, seja apenas o título ou legendagem, sendo uma área que, muitas vezes sofre críticas, sendo acusada de manter erros ou perdas linguísticas nesse processo.

Em pesquisa realizada por Venturin e Paganotto (2010) sobre os títulos de filmes, de um total de 40 filmes, todos indicados ao Óscar nos anos de 2007 e 2008, 37,5% dos filmes têm tradução literal, enquanto 20% dos filmes mantêm o título original. Um total de 17,5% teve tradução de parte do título, e 22,5% tiveram seus títulos modificados totalmente e, por fim, 2,5% dos filmes analisados recebem adição de subtítulo.

Para Venturin e Paganotto (2010), a maioria dos títulos que chegam ao Brasil é similar ao original, a exemplo de um dos títulos selecionados em nossa análise, *I don't know how she does it* para o português *Não sei como ela consegue*; outros recebem um subtítulo como em *Boyhood – da infância à juventude*.

Quanto aos títulos que mudam completamente, em entrevista à revista *Speak Up* (BERMINGHAN, 2007), Steve Slot, vice-presidente da Motion Picture Association<sup>11</sup>, afirma que, no primeiro momento, as distribuidoras recorrem à tradução literal, no entanto, se um título

---

<sup>11</sup> Representa os interesses de organizações produtoras e distribuidoras de filmes e entretenimento. São elas: Walt Disney Studios Motion Pictures; Paramount Pictures Corporation; Sony Pictures Entertainment Inc.; Twentieth Century Fox Film Corporations; Universal City Studios LLC; e Warner Bros. Entertainment Inc. A MPA tem representação no Brasil e no México. (MOTION PICTURES... 2015).

não parece bom o suficiente para uso comercial em outro país, um comitê é formado em conjunto com o setor de marketing e vendas da empresa para chegar à decisão final. A sugestão do título em português é submetida novamente à análise na sede da empresa no exterior, muitas vezes chegando até ao diretor do filme para a escolha final. A escolha do título é o fator que atrairá ou afastará o espectador, o título ainda deve se adequar ao gênero (comédia, drama, etc) e ao perfil do público-alvo do filme.

Compreendido o processo de criação dos títulos em outro idioma sob o olhar técnico dos autores citado, foi possível entender o que há por trás da criação do título e que ela não é por acaso, há uma intenção, mesmo que de cunho comercial, no agenciamento das palavras utilizadas. Trazendo essa reflexão nosso estudo, a intenção é mostrar que o profissional que se dedica à criação dos possíveis títulos, não escapa à condição da enunciação. Este profissional é o nosso locutor, o *eu enunciador* que cria o texto sempre idealizando uma imagem de um *tu* que é o espectador. O *tu* vai ter acesso ao texto em outro *aqui e agora*, já não no mesmo período de tempo ou local de criação do título original.

Mais do que apenas entender o conteúdo do texto, a produtora precisa entender o modo como o sentido do título é vinculado. Para ser entendido pelo Tu (público-alvo do filme) o título deve ser reconhecido em sua forma e sentido. Veremos na análise que o cartaz mantém a mesma imagem, sem esquecer que o filme continua sendo o mesmo, assim, um bom título conseguirá gerar um efeito de sentido semelhante ao original.

Tratamos até o momento da enunciação da frase, da relação do *eu* produtor do texto em relação ao *tu*. Mas quando esta frase assume a função de título do filme, não a encontramos por si só. Ela representa um *ele*: o filme, estampado em cartazes, que têm imagem fixa, porém um título adaptado a outros Tus, que não estão em um mesmo aqui e agora do original.

Cabe à língua utilizar-se de meios para interpretar tais mudanças, olhar para cada frase interpretando-as como um sistema de signos. Pois, como veremos a seguir, a língua ocupa um lugar especial entre os sistemas de signos por ser o único sistema que pode interpretar outros sistemas e também a si mesma.

### 3.4 SEMIOLOGIA DA LÍNGUA: A LÍNGUA INTERPRETANDO-SE

No texto *Semiologia da língua*, de 1969, apresentado no PLG II (1989), Benveniste traz a reflexão de que a condição única da língua entre os sistemas de signos é a sua condição de interpretante de todos os outros sistemas sígnicos. Esta condição nos é de extrema importância ao realizarmos a leitura dos cartazes cinematográficos, pois o uso da língua tem um sentido mais completo ao olhar o cartaz cinematográfico como um todo.

O artigo em questão, *Semiologia da Língua*, é dividido em duas partes. Da primeira é importante ressaltar a questão que serve de base para o resto do artigo: “Qual é o lugar da língua entre os sistemas de signos?” (BENVENISTE, 1989 [1969], p. 43). A discussão que segue esta questão serve de base para que Benveniste pudesse definir o caráter semiológico da língua, apresentado na segunda parte do texto.

Para complementar esta relação de linguística e semiologia, Benveniste (1989 [1969], p.49) recorre a Saussure ao explicar que o signo é uma noção linguística que se estende a certas ordens de fatos humanos e sociais, e que a língua é independente de mecanismos fonoacústicos, ela é, ao mesmo tempo, a unificação de sentido e imagem acústica. Conforme Flores (2013, p. 149, grifo do autor), Benveniste propõe que “todos os outros sistemas de signos lembrados por Saussure [...] *supõem a língua, que os produz e os interpreta.*” Encontramos aí a diferença da língua para outros sistemas, pois o signo linguístico é o único que consegue definir-se por si próprio, e é capaz de interpretar os outros.

A segunda parte do texto inicia com a afirmação de que “O papel do signo é o de representar, o de tomar o lugar de outra coisa evocando-a a título de substituto” (BENVENISTE, 1989 [1969], p. 51). O autor mostra que utilizamos vários sistemas de signos a todo o momento em cada etapa de nossa vida e que estamos presos em uma rede de signos que impõe a necessidade de uma organização mental ao utilizá-los, seja de qual natureza for.

Todos os sistemas semiológicos têm a propriedade de significar e de se decompor em unidades de significância, os signos e para identificá-los como semiológicos; conforme Benveniste (1989 [1969]), podem ser observadas características de acordo com seu *modo operatório*, que determina o modo como o sistema age e a qual sentido ele se dirige, seja visual, auditivo, etc.; outra característica é seu *domínio de validade*, no qual o sistema se impõe e deve ser reconhecido ou obedecido; *sua natureza e número dos signos* implicam na função das condições abordadas até aqui, a de operação e de validade; e, por último, o *tipo de funcionamento*, característica que une os signos e os distingue perante a outros sistemas.

Em Benveniste (1989 [1969]) encontramos ainda dois princípios ligados às relações entre sistemas semióticos:

- o primeiro é o da *não-redundância* entre sistemas, este princípio dita que não se pode dizer “a mesma coisa” por dois sistemas de base diferente, e, conseqüentemente, não se pode converter um sistema ao outro;
- o segundo princípio completa o primeiro e explica que “dois sistemas podem ter um mesmo signo em comum sem que daí resulte sinonímia ou redundância”, seguindo um exemplo do próprio autor, a cor branca, que no ocidente significa paz, na China é a cor do luto. Neste caso, pode-se utilizar o mesmo signo, mas de natureza diferente.

Apesar dessas diferenças entre sistemas, sempre voltamos à questão principal e que nos interessa, nenhuma semiologia “do som, da cor, da imagem será formulada em sons, em cores, em imagens.” Assim, chegamos a mais uma condição que Benveniste (1989 [1969]) defende: é a relação entre sistema interpretante e sistema interpretado, que determina se um sistema semiótico dado pode se autointerpretar ou se depende de outro sistema para este papel.

Benveniste (1989 [1969]) sugere que as relações entre os sistemas podem ser derivadas de três tipos de relações:

- a) relações de engendramento: um sistema pode ser construído a partir de outro;
- b) relações de homologia: estabelece a existência de uma correlação entre partes de dois sistemas;
- c) relações de interpretância: um sistema pode interpretar o outro.

Esta última, considerada por Benvenise uma relação fundamental à medida que os sistemas se dividem em sistemas que articulam, pois manifestam sua própria semiótica, e sistemas articulados, que dependem de outros sistemas para expressar sua própria semiótica. O autor destaca que a língua é particular no universo dos signos, sendo ela o interpretante de todos os sistemas linguísticos e não linguísticos, inclusive dela própria. “A língua significa de uma maneira específica e que não está senão nela” (BENVENISTE, 1989 [1969], p. 64), e nenhum outro sistema o pode reproduzir, e carrega a possibilidade da dupla significância, combinando o modo semiótico e o modo semântico.

No texto *O aparelho formal da enunciação*, Benveniste (1989 [1970]) explica que a condição de emprego das formas e as condições de emprego da língua constituem dois mundos diferentes, outra maneira de ver, escrever e interpretar as mesmas coisas. O emprego das formas é responsável por analisar a diversidade das estruturas linguísticas. O emprego da língua é totalmente diferente, posto que se trata de um mecanismo que afeta a língua inteira e a

enunciação é seu resultado. Conforme Benveniste (1989 [1970], p. 83), a enunciação “supõe a conversão individual da língua em discurso” e explica que esta afirmação está baseada na ideia de ver como o sentido se transforma em palavras, é a semantização da língua, que nos conduz à análise da significância.

É necessário enfatizar a diferença entre estes dois modos de significância, lembrando o que foi dito até aqui. No semiótico, cada signo afirma sempre e com clareza sua própria significância em meio ao conjunto dos signos, é “a base significante da língua, material necessário da enunciação” (BENVENISTE, 1989 [1969], p. 65) precisa ser reconhecido como significante pelo conjunto dos membros de uma comunidade linguística, e a única questão para um signo ser reconhecido é decidida por sim ou não, instituindo a cada membro as mesmas associações ou oposições.

Enquanto que, no modo semântico, “entramos no modo específico de significância que é engendrado pelo DISCURSO” (BENVENISTE, 1989 [1969], p. 65), os problemas citados pelo autor se colocam em função da língua enquanto produtora de mensagem, pois esta não é reduzida em unidades que podem ser identificadas separadamente. Isso significa que não é a soma dos signos que forma o sentido, mas o sentido concebido que se divide em signos, as palavras. O semântico utiliza a referência como definidora do sentido, já o semiótico é independente de referência, se identificando com a enunciação e ao universo do discurso.

Benveniste (1989 [1969], p. 66), resume esta relação de forma simples e em poucas palavras: “O semiótico (o signo) deve ser RECONHECIDO; o semântico (o discurso) deve ser COMPREENDIDO”. A língua, diferente dos outros sistemas, é o único que utiliza duas dimensões para significar, é privilegiada com a capacidade de carregar simultaneamente a significância dos signos e a da enunciação.

Para finalizar, o autor aponta que cada enunciação tem o propósito de unir um ouvinte ao locutor utilizando alguns traços de sentimento, seja social ou de outro tipo, uma vez que a linguagem, nesta função, manifesta-se não como um instrumento de reflexão, mas como um modo de ação.

Conforme o apresentado até o momento, observamos que o cartaz cinematográfico é composto de texto e imagem, o texto, que representa o título, nada mais é do que uma frase. Apresentamos as noções de pessoa e não-pessoa, tempo e lugar, mostrando que quem produz o cartaz, o faz supondo um *tu* receptor das informações nele contidas, sempre com a intenção de gerar um efeito. Este efeito é possível obter a partir da relação entre semiologia e semântica, e da necessidade de se pensar em sua forma e sentido em um texto reproduzido para outro idioma,

observando as condições em que o original foi criado. E, finalmente, mostramos a capacidade da língua em interpretar-se a si mesma e também interpretar os outros sistemas.

No capítulo seguinte, em nossas análises, vamos mostrar como esta relação de interpretância acontece quando passamos o título de uma língua para outra, quando há ou não a possibilidade de manter o sentido ao mudar a forma. Para tanto, utilizaremos a língua e mostraremos como os signos se articulam na frase para que possam ser reconhecidos e compreendidos.

Os conceitos apresentados até aqui serão nossa base para a análise dos cartazes cinematográficos em nosso próximo capítulo. Nele, descrevemos o caminho metodológico, os procedimentos de análise e encerramos com três análises de cartazes de cinema.

#### 4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A proposta deste estudo é analisar os níveis semiótico e semântico, na perspectiva de Benveniste, em títulos de filmes em português e inglês. Optamos por esta teoria por acreditarmos que possibilita uma interpretação mais completa do *corpus* a ser analisado, como a noção de subjetividade, compreendendo as noções de pessoa e não-pessoa e sua relação, como o *eu* se enuncia e instaura um *tu* sempre com uma intenção pretendida, além de compreender a noção de referência das frases, e sua forma e sentido dentro das noções de semiótica e semântica.

Com estas noções, vimos que é possível transpor uma frase de um idioma para outro, mantendo-se um sentido aproximado. E, finalmente, vimos que, por ser a frase apenas uma parte do cartaz, ela se completa em sentido quando analisada juntamente com a imagem presente nos cartazes, então, nos utilizamos da língua para realizar esta interpretação de texto e imagem e a possibilidade de serem interpretados semanticamente dentro da enunciação.

Esta pesquisa, sob o ponto de vista de seus objetivos, é explicativa, devido à particularidade de registro e descrição dos fatos observados durante o estudo. Conforme Prodanov e Freitas (2009, p. 67) nesta categoria de pesquisa, o pesquisador se utiliza “do registro, da análise, da classificação e da interpretação dos fenômenos”, visando identificar os fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência dos fenômenos.

Quanto aos procedimentos técnicos, a pesquisa é documental, por concentrar-se em obter dados a partir de documentos, que, neste caso, serão os cartazes. A forma de abordagem selecionada foi a qualitativa, pois para Prodanov e Freitas (2009), essa abordagem difere-se do caráter quantitativo, porque não utiliza dados estatísticos no processo de análise do problema, sendo que a interpretação dos fenômenos e a atribuição de sentidos constituem a parte primordial no processo de pesquisa qualitativa.

Para compor o *corpus* de análise escolhemos três pares de cartazes de filmes. A seleção dos cartazes foi feita a partir da observação de formatos de títulos existentes, são eles:

a) *Boyhood / Boyhood: da infância à Juventude* – um título que mantém a mesma forma nos dois idiomas, acompanhado de um subtítulo em português;

b) *I don't know how she does it / Não sei como ela consegue* – um título com sentido transposto de um idioma para outro.

c) *The green mile / À espera de um milagre* – um título com mudança total de um idioma para outro.

Reiteramos que este estudo tem como objetivo geral comparar se o sentido do título no cartaz em português mantém o sentido do cartaz originalmente produzido em inglês. Para isso, elegemos como suporte teórico a Teoria da Enunciação de Benveniste, mediante leitura dos artigos que contemplam a questão da subjetividade, forma e sentido, níveis semântico e semiótico e semiologia da língua.

O trabalho foi dividido em dois momentos: a) leitura e análise da bibliografia de referência, para buscar maior familiarização com os conceitos principais; b) seleção e análise dos conceitos ligados, principalmente, ao nível semântico e semiótico, entre outros.

Posteriormente, realizamos a seleção e análise dos cartazes cinematográficos em três etapas:

1ª descrição da sinopse do filme, pois é necessário conhecer o que se passa no filme para que seja possível análise em todos os aspectos do filme. Considerando que o fato de alguns elementos da sinopse auxiliam na compreensão dos títulos.

2ª Observações em torno do cartaz, com uma breve descrição, comparando os elementos presentes nos cartazes cinematográficos de ambos os idiomas. Para melhor visualização dos cartazes, disponibilizamos em tamanho maior cada cartaz nos anexos, ao final do trabalho.

3ª Análise enunciativa dos cartazes, na seguinte forma:

- a) partimos do pressuposto de que o semiótico deve ser reconhecido e o semântico deve ser compreendido;
- b) tomamos os dois títulos principais e exploramos sua possibilidade de significados em cada um dos idiomas, para depois explorar os outros elementos do cartaz como imagem e comentários da crítica.
- c) buscamos por uma semelhança de sentido em cada dupla de cartazes, analisando o nível semiótico.

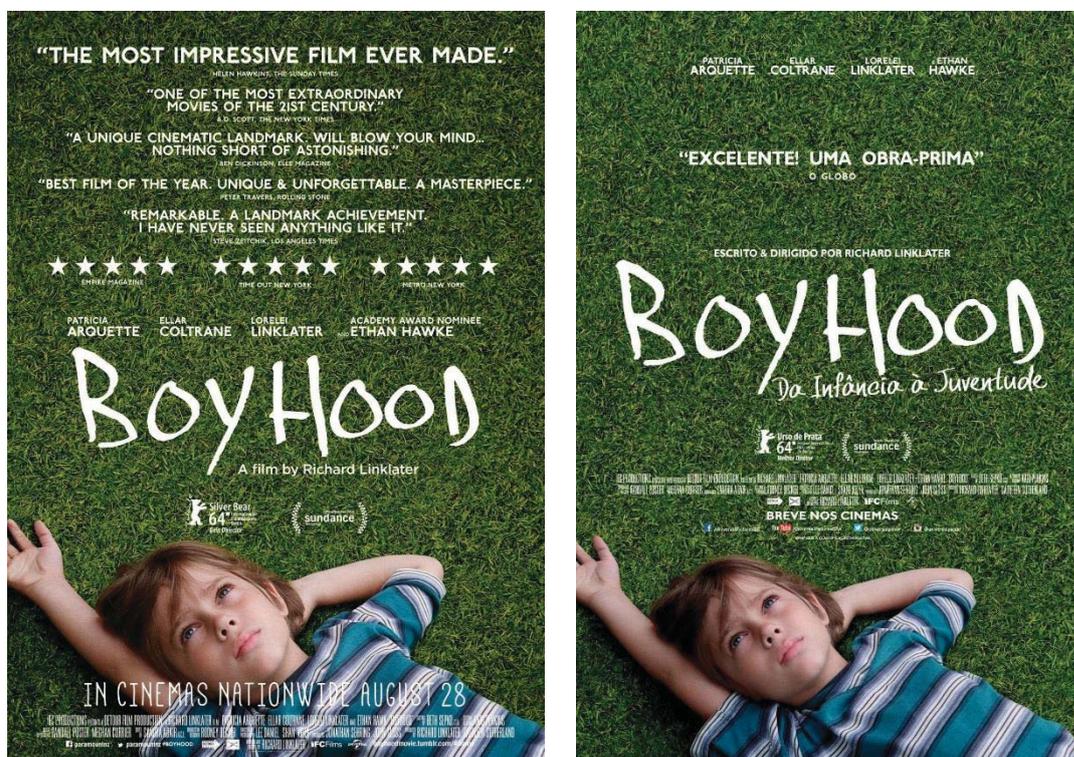
Ressaltamos que consideramos o cartaz como linguagem colaborativa da análise, não utilizamos uma teoria para tratar da imagem, mas não podemos desconsiderá-la, pois é importante para o texto no momento da análise.

#### 4.1 ANÁLISES

Para a realização da análise dos cartazes, *corpus* desta pesquisa, foi privilegiado o seguinte aspecto: Definição do sentido (nível semântico) do título em português e em inglês, e compará-los, buscando identificar se o nível semântico é semelhante em ambos os títulos.

Buscamos considerar, na situação de enunciação o cartaz como Eu do discurso, o leitor deste cartaz como o Tu enquanto o Ele é o filme, representado no cartaz.

#### 4.1.1 Análise do cartaz 01: *Boyhood*: da infância à juventude



- **Sinopse:**

O primeiro filme selecionado para análise é *Boyhood*, em inglês, e mantém o mesmo título em português, porém, com o recurso da adição do subtítulo: *Boyhood – da infância à juventude*.

Filmado ao longo de 12 anos, acompanhando a vida de Mason, interpretado pelo ator Ellar Coltrane, e tem sua história narrada dos seis aos 18 anos. O filme ganhou destaque em festivais de cinema em 2014 por ter sido filmado com o mesmo elenco ao longo dos 12 anos. Conforme depoimento do diretor Richard Stuart Linklater, uma vez por ano a equipe era reunida para gravar algumas cenas<sup>12</sup>.

O drama narra a história de uma família com pais divorciados e dois filhos, trata da infância, da juventude, do medo do futuro, e das coisas da vida. Mostra o cotidiano da família, as dificuldades, as brigas entre Mason e sua irmã, mas também mostra momentos de alegria.

<sup>12</sup> Disponível em: <<http://www.adorocinema.com/filmes/filme-226260/criticas/>> Acesso em: Fev. 2015.

No início, Mason, com seis anos, encara muitas mudanças em sua vida: separação dos pais, mudança de cidade, uma nova escola. As coisas parecem não fazer muito sentido para o menino. Com o tempo, Mason amadurece e começa a ter um efeito maior sobre os fatos de sua vida. O filme mostra a mudança da infância à adolescência<sup>13</sup>, e então aparecem seus conflitos, as decisões que este período da vida exigem, e segue até o momento em que Mason é aprovado em uma universidade.

O foco é a experiência de vida do personagem, mas, pelo estilo de filmagem que possui, o que chama atenção do espectador é o passar do tempo. Esta mudança do tempo no filme acontece simplesmente pela mudança da aparência e amadurecimento dos personagens, não possui marcação temporal verbal, avisando o espectador da mudança de ano.

- **Descrição dos cartazes:**

Nos cartazes, em português e inglês, identificamos estrutura semelhante. Compostos por texto e imagem. Ambos trazem comentários da crítica, nomes dos atores, premiações, além da data de estreia no cinema.

No original, em inglês, temos frases com cinco depoimentos sobre o filme, logo abaixo, consta uma pontuação, representada por estrelas, dada pelos principais meios de comunicação (uma revista e dois jornais americanos), seguido pelos nomes dos atores. Ao centro, em destaque o título *Boyhood*, abaixo do título temos o nome do escritor e diretor do filme, seguido por duas premiações. No rodapé estão as informações referentes à produção, direção e filmagem.

No cartaz brasileiro estes elementos verbais aparecem em outra ordem. No topo, temos o nome dos atores, abaixo há apenas um comentário de um reconhecido jornal brasileiro, ao contrário do original. Então, temos o nome do diretor e escritor, ao centro, aproximadamente na mesma posição do original, estão o título e subtítulo: *Boyhood – da infância à juventude*. Abaixo do título aparecem as premiações, e logo após as informações referentes à direção, produção e filmagem. A imagem é a mesma em ambos os cartazes. Vemos um menino deitado

---

<sup>13</sup> “No Brasil, o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) estabelece que adolescente é o indivíduo entre 12 e 18 anos incompletos. Já o termo jovem costuma ser utilizado para designar a pessoa entre 15 e 29 anos, seguindo a tendência internacional.” O termo adolescência é aqui empregado para referir-se ao período dos 16-17 anos de Mason, antes de ingressar na Universidade. O filme termina com Mason completando 18 anos, por isso a mudança do termo de *adolescência* para *juventude*.

Fonte: <http://www.andi.org.br/help-desk/qual-diferenca-entre-adolescente-e-jovem>

em um gramado, o menino olha para o céu como se estivesse olhando para o infinito em um momento pensativo.

- **Análise enunciativa:**

Conforme vimos em Mello (2005), é comum se manter o título original acompanhado de um subtítulo ao exportar o filme para outro país. Porém esta é uma alternativa mais comum aos títulos formados por siglas ou nomes próprios.

A frase “a linguagem, sem dúvida, se encontra *de fato* assim empregada porque os homens não encontraram um meio melhor nem mesmo tão eficaz para comunicar-se”, de Benveniste (2005 [1958], p. 284), nos auxilia na compreensão deste título, pois o que nos chama atenção no filme em questão é o fato de o título ser mantido o mesmo do original. A palavra *boyhood* é definida pelo dicionário Cambridge como “*the period when a person is a boy, and not yet a man, or the state of being a boy*” (CAMBRIDGE, 2015), em português, *boyhood* seria o período em que o menino ainda não é adulto, refere-se ao estado de ser menino, semelhante à palavra adolescente, porém de uso exclusivo masculino, ou seja, não há um signo em português de mesmo valor significativo.

Como vimos em Bermingham (2007), qualquer possibilidade de adaptação do título de um filme para outro idioma é com objetivo essencialmente comercial, deve ser atrativo pelo público alvo e de fácil compreensão. Na enunciação, este fato se explica dentro da subjetividade, através da relação Eu –Tu. O criador do cartaz, ao enunciar se propõe como Eu enunciador, este que se dirige sempre a alguém na instância do discurso, um Tu. Ou seja, cria-se o cartaz com um efeito pretendido sobre o Tu. Para Benveniste (2005 [1958]), a subjetividade tem efeitos variados sobre a estrutura das línguas, seja na organização da própria estrutura das línguas, na organização das formas ou nas relações da significação. Há, segundo Benveniste (1989 [1966], p. 229), “duas maneiras de ser língua no sentido e na forma”, mas que se completam e se articulam, focalizando no uso da língua a construção do sentido. Assim, temos a língua como semiótica (função de significar) e como semântica (função de comunicar). Nunes (2012) explica que no semiótico é necessário verificar se há sentido, enquanto o semântico busca responder à outra questão, é responsável por estabelecer qual o sentido.

O nível semiótico designa o modo de significação do próprio signo linguístico e o institui como unidade, sendo assim, se considerarmos o cartaz original, *Boyhood* mantém um significado, pois é usado por determinada comunidade linguística (falantes da língua inglesa). Benveniste (1989 [1966], p.227), reforça que “é no uso da língua que um signo tem existência;

o que não é usado não é signo; e fora do uso o signo não existe”, o que existe é um sistema numa língua e outro sistema em outra língua, algo que lhe é próprio, no domínio do semiótico. Significar, no nível semiótico é ter um sentido, o signo significa pois se define numa rede de relações e oposições com os demais signos. Esse nível tem “por critério necessário e suficiente que se possa identificá-lo no interior e no uso da língua” (BENVENISTE, 1989 [1966] p. 227), não é possível definir o signo por si só, pois ele deve ser aceito em determinado uso da língua.

O uso da palavra *boyhood* no título mostra que o semiótico é particular de cada língua. Como afirma Benveniste (1989, p. 227) “o signo se define como a unidade semiótica. Ele é dotado de significação na comunidade daqueles que fazem uso de uma língua” é condição do signo ter existência no uso da língua, o que não é usado não é signo. Assim, esta palavra não significa no português: “A entidade considerada significa? A resposta é sim, ou não. Se é sim, tudo está dito e registre-se; se é não, rejeitemo-la e tudo está dito também. ‘Chapéu’ existe? Sim. ‘Chaméu’ existe? Não.” (BENVENISTE, 1989 [1966], p. 227).

Assim, vimos na tentativa de uma definição para *Boyhood*, que para o falante do português, não existe uma palavra de valor semântico equivalente, ou seja, não é reconhecida, conforme nosso pressuposto inicial, o semiótico deve ser reconhecido. Na descrição do filme, sua trama acontece focada no crescimento e amadurecimento de Mason, personagem principal, que ilustra o cartaz. O fato de o menino estar em destaque no cartaz reforça no texto original o significado da palavra *Boyhood*, enquanto o leitor falante do português vai compreender o sentido do cartaz como um todo, analisando a imagem do menino, associada à frase do subtítulo.

Analisaremos o subtítulo sob o nível semântico, a partir da frase, que é, conforme Benveniste (1989 [1966], p. 229), a “expressão semântica por natureza”, o autor explica que quando mudamos do semiótico para o semântico da língua há uma mudança radical de perspectiva.

A semântica, como vimos, tem a função de comunicar, decorre da atividade de um locutor que utiliza a língua, que a coloca em funcionamento, portanto “o sentido da frase implica referência à situação de discurso e a atitude do locutor” (BENVENISTE 1989 [1966], p. 230). Assim, a frase *Da infância à juventude* não pode ser tomada isoladamente, precisa da referência, aqui representada tanto pelo título *Boyhood* quanto pela imagem do menino presente no cartaz para ter sua ideia completa. A imagem do menino ainda criança, passa ao leitor a ideia de que, ao assistir ao filme, vai acompanhar o período da infância, até a juventude do personagem.

Podemos também citar outros arranjos do cartaz, como “*One of the most extraordinary movies of the 21st century*” (Um dos mais extraordinários filmes do século 21) – A.O. Scott,

the New York Times, ou “*Best film of the year. Unique & unforgettable. A masterpiece.*” (Melhor filme do ano. Único e inesquecível. Uma obra-prima) – Peter Travers, Rolling Stone. Enquanto no cartaz em português temos a frase: *Excelente! Uma obra-prima!* – O Globo. Esta única frase possui um valor semântico que se assemelha às frases do original, todas com críticas positivas, elogiando o filme.

Levando em conta que a língua é o interpretante de todos os outros sistemas e dela mesma (BENVENISTE, 1989 [1969]), temos então a interpretação da imagem pela linguagem, a imagem do menino dá a ideia de que o filme vai tratar da infância e juventude dele mesmo, pois é culturalmente reconhecido que o personagem principal é quem estampa o cartaz. A imagem nos serve de referência para o entendimento do título e o complementa. E, além disso, a interpretação da língua por ela mesma, com o subtítulo assumindo a interpretação da própria língua, caracterizando a dupla significância de Benveniste, ao explicar ao falante de português a expressão que dá origem ao título.

Esta nossa primeira análise mostrou um filme que mantém o título nos dois idiomas porém, com a adição do subtítulo. A próxima análise mostra um título que teve seu sentido transposto de uma língua para outra.

#### 4.1.2 Análise do cartaz 02: Não sei como ela consegue



- **Sinopse:**

Este é o segundo cartaz selecionado para compor o *corpus* deste trabalho. O filme *Não sei como ela consegue* ou em inglês *I don't know how she does it*, do gênero comédia romântica, teve sua estreia em Novembro de 2011.

O filme mostra Kate como o exemplo perfeito da mulher moderna, esta talvez seja a frase que melhor ilustra o título, pois a personagem Kate Reddy, além de trabalhar, é dona de casa, mãe de dois filhos (2 e 5 anos), casada.

A protagonista representa uma mãe preocupada que, apesar do trabalho, deseja estar presente na vida dos filhos. Kate sofre pressão pelas outras mães da escola, mulheres que não trabalham e dedicam seu tempo exclusivamente a cuidar de seus filhos e, ainda, aterrorizam as mães que trabalham.

Com a grande demanda de trabalho, Kate vê seus filhos constrangidos na escolar devido à ausência da mãe em reuniões ou projetos. É perseguida pela culpa que ela mesma se impõe, além desta culpa ser reforçada pelos demais personagens.

No trabalho, a personagem é reconhecida por ser uma grande profissional, ocupa uma posição alta na empresa, superior ou no mesmo nível dos homens de sua empresa, não é jamais mostrada como possuindo um cargo inferior, mas ao mesmo tempo é julgada pelos seus companheiros e companheiras de trabalho, por ligar para casa a todo o instante para saber dos filhos.

O filme mostra situações em que Kate é analisada por outras mulheres que se perguntam “como ela consegue?”, e por vezes também é criticada por não fazer um bom trabalho como mãe, passar pouco tempo em casa, dedicar-se muito à sua carreira. Entre vários desafios que a vida social lhe impõe, a personagem tenta manter sua vida pessoal e seu relacionamento com a família estável até o fim.

- **Descrição dos cartazes:**

Os cartazes, em português e em inglês, são compostos por recursos verbais e não-verbais, mostram a atriz Sarah Jessica Parker (representando Kate) em destaque à direita. A atriz está em pé, sorrindo, segurando vários acessórios. Os acessórios representam as características da personagem, pois se dividem entre pasta, celular e *tablet* para seu trabalho na empresa, e uma mochila com acessórios infantis (roupas, ursos de pelúcia), para sua atuação

como mãe. A atriz usa um terno preto, e mantém uma postura que demonstra ser uma profissional de sucesso.

Ao lado esquerdo, em inglês, temos o título original *I don't know how she does it*, escrito em fonte simples, com as palavras “know how she” em destaque com a cor rosa. No cartaz publicado no Brasil, aparece o título *Não sei como ela consegue*, com a mesma fonte e cores, com destaque em rosa para as palavras “sei como ela”.

Na parte superior vemos ainda a frase: “*Se é fácil, o homem também pode fazer*” do inglês: “*If it were easy, men would do it too*”. Vemos aqui vários elementos que comparam o sucesso de Kate com os homens. A parte inferior é composta por dados técnicos mostrando os outros atores, produção, direção e site promovendo o filme.

- **Análise enunciativa:**

Segundo Benveniste “Eu não emprego *eu* a não ser dirigindo-me a alguém, que será na minha alocução um *tu*” (BENVENISTE, 2005 [1958], p. 286). Observando o enunciado nos dois idiomas: “*I don't know how she does it*” e “*Não sei como ela consegue*”, vemos que o cartaz tem função de Eu, enunciando para o expectador (Tu) sobre Kate, referindo-se ao filme (ele).

O sujeito se enuncia EU no título original, e o verbo conjugado na primeira pessoa do singular mostra o EU implícito no português. Benveniste resume a subjetividade a este fato: “A linguagem só é possível porque cada locutor se apresenta como *sujeito*, remetendo a ele mesmo como *eu* no seu discurso” (2005 [1958], p. 286), aqui se constitui a noção de subjetividade, ou seja, a capacidade própria do locutor se propor como sujeito e instaura um tu.

Vimos ainda em Benveniste (1989 [1966]) que enquanto o signo é a unidade do semiótico, a palavra é a unidade do semântico, a palavra, por sua vez, encontra expressão na frase, que é a forma do semântico. E quanto ao sentido do semântico, Benveniste explica que “é de fato a ideia que ela exprime” (1989 [1966], p. 230). O nível semântico se realiza a partir da forma, utilizando-se do agenciamento de palavras, pelo sintagma. Assim, um falante de língua inglesa compreende perfeitamente o sentido em: “*I don't know how she does it*”, bem como o falante de português compreende “*Não sei como ela consegue*”.

Flores (2013, p. 143) explica que “se se toma uma unidade como signo, ela tem um sentido; se se toma como palavra, ela tem outro sentido. Benveniste ilustra isso com um exemplo: há várias expressões para se convidar alguém para sentar; porém, essa ideia de ‘convidar para sentar’ sofre as restrições do agenciamento das palavras”. Então, existe a

liberdade e possibilidade de enunciar a ideia, o sentido, assim como em nosso título, porém, encontramos restrições nas formas.

Para Benveniste (1989 [1966], p. 226) “Esta análise pode ir mais longe; ela permite montar grandes inventários estatísticos, eles próprios exigindo um tratamento lógico e matemático”, pois cada língua possui uma organização particular em seu nível semiótico.

Tomamos as formas “I don’t know” e “Eu não sei”, levando em conta que “don’t” é a abreviação de “do not” ambas possuem entre si uma clara diferença de composição em nível semiótico, incluindo número de palavras. Existe em cada idioma uma organização que lhe é própria em seu interior, porém, o cartaz produz uma unidade de sentido bastante semelhante de uma língua para outra.

Há nestas duas frases um sentido muito próximo no nível semântico, explicado pelo fenômeno da transposição em *I don’t know*, com as palavras rearranjadas para *Não sei*. Além disso a expressão *how she does it* também sofre modificação pois *does it* tem sentido equivalente a *consegue*, se analisarmos a ideia em torno da sinopse do filme.

Sobre esta semelhança, Benveniste (1989 [1986]) explica que estão disponíveis ao alcance do locutor uma grande variedade de expressões para enunciar a “mesma ideia”, a partir do agenciamento das palavras na frase, estas expressões, porém estão disponíveis em um número limitado, em detrimento da forma do enunciado. E o sentido a ser transmitido é definido por meio das palavras.

No caso das duas frases expostas nos cartazes: *I don’t know how she does it* e *Não sei como ela consegue*, encontramos justamente este “dizer a mesma coisa”, mas em outra categoria de idiomas. Nunes (2012) explica que, do ponto de vista de Benveniste, esta característica faz com que seja sempre possível falar sobre uma mesma ideia, ainda que sua forma sofra alterações em função da estrutura do idioma.

Em Benveniste (1989 [1966], p. 233) vemos que “pode-se transpor o semantismo de uma língua para o de outra”, isso faz com que a única possibilidade da mudança de idioma seja a de transpor o semantismo de uma língua para a outra, nunca o semiótico, pois o sistema linguístico é sempre variável de uma língua para o de outra. Observamos, portanto que a criação do cartaz em português foi realizada com sucesso, pois ocorreu a transposição do semantismo, a frase assumiu uma nova forma e conseguiu manter uma ideia equivalente à do título original, ou seja, indagar-se sobre o sucesso da personagem, como ela consegue cumprir com suas tarefas enquanto profissional, mãe, esposa e dona de casa, representada na imagem.

#### 4.1.3 Análise do cartaz 3: À Espera de um milagre



- **Sinopse:**

O filme é uma adaptação da obra *The Green Mile*, de Stephen King (de 1996), publicado originalmente no Brasil sob o título *O Corredor da Morte*. Lançado em 1999, o Drama é narrado pelo ex-agente penitenciário Paul Edgecomb, representado por Tom Hanks, e tem como cenário principal uma prisão americana, dos anos 30. Paul é um homem bom, e tenta tornar mais breve e digna a vida dos condenados à pena de morte naquela prisão.

Chega ao presídio John Coffey, homem negro, alto, forte, condenado à morte por ter violentado e matado duas meninas. Aos poucos, Paul percebe que Coffey tem um dom especial, seu olhar inocente, um terrível medo do escuro revelam um ser milagroso. Em várias cenas vemos que Coffey, ao pegar a mão de um doente, suga toda a energia negativa, levando-o à cura.

O agente Paul então entra em um grande dilema moral entre o dever de executar o prisioneiro em uma cadeira elétrica e a consciência de que o prisioneiro pode não ter cometido o crime pelo qual foi acusado. Coffey não consegue provar sua inocência, sua sentença de morte é cumprida e Paul, ainda sofre por muito tempo por saber da inocência do presidiário.

Importante ressaltar que há diferença do livro para o filme. O livro aborda o ponto de vista do prisioneiro, enquanto no filme, fica em destaque a visão do agente penitenciário em aguardar que um milagre aconteça para salvar o prisioneiro.

- **Descrição dos cartazes:**

No cartaz vemos em destaque Tom Hanks, em seu uniforme de agente penitenciário. Durante as cenas do filme, percebemos que o presidiário John Coffey possui uma estatura além da média, então, na cena no cartaz percebemos que o guarda está com o rosto levemente inclinado e olhar para cima, como se estivesse olhando para o presidiário. O olhar profundo do personagem ainda pode ser interpretado como um olhar de esperança, ao alto, emocionado. As cores presentes no cartaz são predominantemente escuras, dando a ideia de tristeza, relacionado ao gênero dramático do filme.

No topo do cartaz, em destaque está o nome do ator, ao lado direito, no cartaz em inglês temos uma frase que representa a ideia de milagre presente no filme, conforme veremos na análise. Logo abaixo, é apresentado o título, com o desenho da silhueta dos dois personagens, com uma luz ao fundo, como se eles andassem em direção a ela, e uma informação de um filme anterior do mesmo diretor. Abaixo temos as informações tradicionais como direção, escritor, autores, produção, sites de divulgação e a data de estreia.

No cartaz em português temos, novamente ao topo o nome do ator, Tom Hanks, ao lado direito, uma frase relacionada à esperança, que também será explorada na análise. Abaixo centralizado temos o título que, assim como no primeiro cartaz mostra a silhueta dos personagens ao centro, com a luz que os destaca. Abaixo temos a mesma informação de um filme produzido anterior a este, com o mesmo diretor. Após, seguem as informações de elenco, direção, produção e divulgação.

- **Análise Enunciativa:**

A partir desta análise, reafirmamos a ideia de Benveniste (1989 [1966]) de que o semiótico é próprio de cada língua, verificando se a forma própria da língua faz sentido, enquanto que o semântico é responsável por identificar qual o sentido. Ao contrário da análise anterior, onde foi possível realizar a transposição e manter um sentido aproximado nos dois idiomas, à primeira vista, *Green Mile*, título em inglês não é uma construção possível de sentido em português, pois *milha verde*, não é uma construção reconhecida no português. Para

compreendermos o sentido desta frase, é preciso ir além, ver a expressão a partir de seu sentido próprio dentro da língua inglesa: *Green Mile* refere-se ao corredor por onde passam os prisioneiros em direção ao local de execução, é o “corredor da morte”, e também significa que algo está se direcionando para o inevitável, em nosso caso, a condenação inevitável do presidiário, acompanhada o tempo todo pelo Agente penitenciário, que mantém a esperança de que algo mude.

Para Flores (2013) o nível semiótico trabalha com a significação, enquanto o semântico trabalha com o sentido, através do agenciamento das palavras que compõem a frase. Sendo assim, o espectador falante de língua inglesa identificará a expressão “*Green Mile*” como expressão de sentido, com signos existentes em seu idioma. O semiótico, para Benveniste (1989, p. 229) “funda a realidade da língua, mas ele não encontra aplicações particulares” de uma língua para outra, já é sabido que não podemos manter a mesma forma, e neste título, não seria possível manter um sentido em “*Milha verde*”.

Benveniste (1989 [1966]) ressalta que o sentido de uma palavra só terá valor se observado no modo como é combinada e empregada, e que “o sentido de uma frase é bem diferente do sentido das palavras que a compõem, ou seja, o sentido de uma frase é sua ideia, o sentido de uma palavra é seu emprego” (1989 [1966], p. 231), o autor também insere a ideia de “referência” enquanto estado de coisas que provocam a frase, ou seja, a situação de discurso a que a frase se reporta e afirma: “Ainda que se compreenda o sentido individual das palavras, pode-se muito bem, fora da circunstância, não compreender o sentido que resulta da junção das palavras; esta é uma experiência corrente, que mostra ser a noção de referência essencial” (1989, p. 231). Por isso, essa tentativa de título não seria compreendida, nem aceita no português.

Como vimos, o filme é baseado em um livro, e que teve seu título em português chamado de *Corredor da morte*. Conforme a análise anterior, há várias formas de falar a mesma ideia e temos aqui um exemplo claro desta proposição. Esse dizer a mesma coisa (BENVENISTE, 1989 [1966]) é a possibilidade de tradução, o semântico transposto do inglês para o português. Se a língua é carregada de restrições em sua forma, é de se esperar que a mudança de idioma também apresente uma mudança, maior ou menor, da forma como o sentido será veiculado.

O título em questão poderia facilmente ser representado pelo título do livro lançado no Brasil: *Corredor da morte*, seria uma expressão com sentido bem próximo ao original. Porém, ao final da sinopse, uma observação justifica a não utilização do título do livro, pois o foco da história muda: o livro mostra a visão do prisioneiro, enquanto o filme retrata a visão do agente, que, sem conseguir livrar o detento da culpa, fica na expectativa de que um milagre o salve.

O item 3.3.1 descreveu o processo de escolha dos títulos, onde Mello (2005) e Bermingham (2007) mostram que a produtora do filme escolhe o título que julga ser mais adequado ao público do outro idioma, visando objetivo comercial, ou seja, com a intenção de ter um nome atrativo que garanta a venda do filme.

Então, tomando o título escolhido para representar o filme em português, Benveniste afirma: “O sentido de uma frase é de fato a *ideia* que ela exprime”, com o filme voltado ao Agente e sua espera por algo que salve o presidiário, a expressão “*À espera de um milagre*” possui uma construção semiótica reconhecida em português, e um sentido compreendido facilmente.

Quanto à capacidade da língua de interpretar os outros sistemas e a si mesma, a propriedade da dupla significância dá à língua a capacidade de ser o interpretante da sociedade (BENVENISTE, 1989 [1969]). Assim, vamos olhar para um outro elemento presente no cartaz, que mostra um significado semântico bem marcado para palavra Milagre.

Aqui temos a língua interpretando um sistema totalmente diferente: a imagem do personagem no cartaz, com olhar levemente inclinado para cima, passa ao leitor a impressão de estar esperando por um milagre acontecer. Benveniste (1989 [1969]) afirma: “toda semiologia de um sistema não-linguístico deve pedir emprestada a interpretação da língua, não pode existir senão pela e na semiologia da língua”, então, a língua aqui tem a possibilidade de ser instrumento de análise e não apenas objeto desta análise.

Sendo assim, o título em português representa a espera do condenado à pena de morte, pois somente um milagre pode tirá-lo dali, além disso, conforme a sinopse o filme possui cenas onde é esperado um milagre de Coffey para curar algum outro personagem, e ainda a espera do Agente Paul por um milagre da descoberta da inocência de Coffey a tempo de tirá-lo da condenação. Enquanto o título em inglês *Green Mile* representa a ideia de que tudo se encaminha para um fim inevitável, o corredor da morte. Pensando na situação de discurso, ou seja, no sentido gerado a partir da referência destas duas frases, dentro do contexto do Tu espectador, falante de português, a escolha da mudança radical do título para *À espera de um milagre* torna o filme mais atrativo e resulta no efeito pretendido do Eu, fazendo com que o Tu tenha curiosidade em assistir ao filme.

No cartaz em inglês, ao lado direito, temos uma frase que representa a ideia de milagre presente no filme: “*Paul Edgecomb didn't believe in miracles. Until the day he met one.*”, ou seja: “*Paul Edgecomb não acreditava em milagres até conhecer um*” - conhecer nesta situação também pode ter o sentido de encontrar, retratando um primeiro encontro entre os dois personagens principais.

No cartaz em português temos novamente ao lado direito, a frase “*Uma história sobrenatural de justiça, esperança e realidade*”. Nota-se que não houve a necessidade de relatar a representação de milagres nesta frase, pois o próprio título já contém a informação. A frase em destaque informa então sobre os conflitos em torno de justiça e esperança bem presentes no decorrer do filme.

Ao ler o enunciado o Tu deve reconhecer todas as palavras (ou os signos) que fazem parte do enunciado, observando se há ou não um sentido, a partir de então, deve compreender que essas palavras apresentam um sentido que para ser compreendido depende de seu agenciamento. Observando o dito até aqui sobre os títulos separadamente, percebemos que cada título, de um modo que lhe é bem específico, mantém algo em comum. O sentido semântico da palavra Milagre está nos dois cartazes representadas em momentos diferentes na escrita, na frase do cartaz em inglês, e no título do cartaz em português. Percebemos nos dois cartazes a intenção de levar o sentido da palavra Milagre ao leitor do cartaz, porém de formas diferentes.

Este título, propositalmente analisado por último, tem uma característica diferente, o de não se parecer em forma e, aparentemente, nem em sentido, mas carrega uma equivalência de significado. Como vimos no capítulo anterior, no texto referente à forma e sentido, este formato de adequação guarda em seu interior um modo particular de mostrar o sentido, pois por falta de opção no português que pudesse transpor o significado de *Green Mile*, procurou-se uma alternativa que provocasse um sentido semelhante.

## 4.2 DISCUSSÃO DAS ANÁLISES

Conforme a proposta metodológica do trabalho, realizamos a análise de três duplas de cartazes cinematográficos, o original em inglês e o em português, cada um com uma especificidade que nos auxiliou a atender aos objetivos propostos no início de nossa pesquisa, o de comparar se o sentido do título no cartaz em português mantém o sentido do cartaz originalmente produzido em inglês.

Toda a análise foi pautada na Teoria da Enunciação, nos propusemos a desenvolver este estudo apoiando-se na reflexão teórica nos princípios de Benveniste. Nosso objetivo primordial era comparar se o sentido do título no cartaz em português mantém o sentido do cartaz produzido em inglês, observando-se, principalmente, o emprego da língua, os aspectos dos níveis semiótico, semântico, semiologia da língua e forma e sentido.

Com decorrer da análise, percebemos que cada língua tem sua restrição no emprego das formas e no modo como o sentido é agenciado. É de se esperar que, com a mudança de idioma,

exista a mudança (em maior ou menor grau) de emprego das formas. Faz-se então, um novo cartaz, constrói-se um novo texto, porém reconstruindo o sentido com um nível semiótico específico da língua em que o objeto de análise é reproduzido. Esta nova forma, em nosso caso, na língua portuguesa deve conseguir um sentido equivalente ao da língua inglesa, pois ambos tratam do mesmo filme.

O primeiro cartaz tem, no inglês, uma expressão semiótica própria da língua, conforme Benveniste (2005 [1964]) além disso, “para que um signo exista, é suficiente e necessário que ele seja aceito e se relacione de uma maneira ou de outra com os demais signos”, então, a palavra *Boyhood* não é compreendida por falantes de português, e sua utilização causaria estranhamento, necessitando de uma explicação, através do uso do subtítulo. A expressão do subtítulo “*Da infância à juventude*” carrega um valor semântico semelhante ao título original, interpretando a própria língua, ou seja, dá a interpretação necessária ao título.

O subtítulo foi essencial para a compreensão do título dos dois primeiros cartazes. Sem a identificação do menino e também da inscrição correspondente ao subtítulo, não teríamos um sentido tão aproximado nos dois cartazes. É a capacidade da língua de interpretar-se, pois o subtítulo deste cartaz tem a função de informar seu leitor do significado da palavra *Boyhood*, de forma fácil.

Sobre o segundo título, chamou atenção nos cartazes do filme que as cores são correspondentes às mesmas palavras, nos dois idiomas: *I dont know* (na cor azul) e *não sei como* (na cor azul), enquanto *How she does it* e *Não sei como ela consegue*, ambas na cor rosa. Além disso, a imagem da atriz nos autoriza a identificá-la como mulher de negócios e mãe, levando em consideração os objetos que ela tem em mãos. Este cartaz tem não só o título como também o conjunto dos elementos que nos permitem identificar um sentido muito próximo nos dois idiomas.

Conforme citado por Benveniste (1989 [1966]), há várias maneiras de convidar alguém para sentar-se, porém, cada uma destas formas vai sofrer agenciamento nas palavras. Então, esta característica comprova a ideia de Benveniste (1989 [1966]), de que a frase é cada vez um acontecimento diferente, ao mudar para outra língua, muda-se, obrigatoriamente a forma, e o momento da enunciação para outro cartaz, no qual é possível reconhecer o significado aproximado do original, em inglês.

A terceira dupla de cartazes analisados teve como característica a construção semiótica e semântica bem diferentes, se tomado apenas o título. Buscamos amparo nos estudos teóricos de Benveniste, com a semiologia, a capacidade da língua interpretar os outros sistemas e a si

mesma, considerando o conjunto de elementos nos cartazes, na tentativa de explicar o sentido semântico de cada um.

Na pesquisa de Venturim e Paganotto, (2010) representada na seção 3.3.1, vemos que este formato de título é o que menos acontece nos filmes trazidos ao Brasil, acreditamos ser em função da diferença maior no sentido de um idioma para outro. Neste último caso percebemos o nível semântico em grau menor de semelhança entre os dois títulos.

A primeira observação que nos chama atenção é a expressão *Green Mile*, que, conforme explicado na análise, não tem uma expressão com exatamente o mesmo sentido no português. Conforme Benveniste (1989 [1966]), o signo é material necessário da enunciação e existe quando é reconhecido com significado pelo conjunto dos membros da comunidade linguística, por isso foi necessário recorrer a outros recursos e encontrar um título que mantivesse um sentido parecido, na tentativa de dizer a mesma coisa.

O que nos faz identificar um grau de semelhança no sentido destes cartazes é a presença de elementos voltados à palavra “milagre”. Temos, no cartaz em inglês os comentários críticos fazendo referência aos milagres que acontecem durante o filme, no cartaz em português, o próprio título. Além disso, considerando-se o enredo do filme, com roteiro voltado para o policial que observa os milagres do prisioneiro, percebemos, na imagem dos cartazes, um olhar do policial, com os olhos para cima, cabeça levemente inclinada, que estaria acompanhando o prisioneiro, aguardando seu milagre.

Mais do que apenas fazer entender o conteúdo do texto, é preciso entender o modo como esse sentido é vinculado. Nas palavras de Nunes (2012, p. 184), “não é suficiente produzir o efeito. É preciso dar ao leitor da tradução a mesma oportunidade que teve o leitor do original, aquela de ‘desmontar o mecanismo’, de entender (e desfrutar) os modos nos quais o efeito é produzido”.

Nunes (2012 p. 112-113) afirma que “nada é traduzível, do ponto de vista enunciativo” O que há, em Enunciação, se tomarmos as considerações desenvolvidas até aqui, é a criação de condições para que a frase assumo sentido o mais semelhante possível em relação ao original.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Iniciamos o trabalho nos questionando o que muda, de fato, quando um cartaz passa de uma língua para outra. Para responder aos questionamentos iniciais propomos analisar os níveis semiótico e semântico, apoiados na perspectiva enunciativa de Benveniste, nosso estudo foi a partir de cartazes cinematográficos, observando com mais atenção os títulos originais, em inglês, e em português, além de outros elementos presentes nos cartazes.

Nossa hipótese inicial era de que, mesmo não existindo relação entre nível semiótico ao comparar dois idiomas, seu sentido semântico deve ser semelhante. Temos dois cartazes, consequentemente, dois Tus, um leitor do cartaz em português, outro leitor do cartaz em inglês, e ambos devem ter a mesma experiência, ou seja, perceber o mesmo sentido.

Isso posto como base, o objetivo geral era o de comparar se o sentido do título no cartaz em português mantém o sentido do cartaz originalmente produzido em inglês. O percurso teórico, dividido em três capítulos, foi base para nossa análise. O primeiro capítulo teve a intenção de localizar o leitor deste trabalho, para que compreendesse como o cartaz se tornou um dos principais meios de veiculação de filmes, para justificar a utilização dos cartazes como *corpus* da pesquisa.

O segundo capítulo teórico foi o que nos deu suporte para a realização da análise. Para tratar da teoria, utilizamos os principais textos de Benveniste, tais como *Da subjetividade na linguagem* (2005 [1958]), mostrando como Eu e Tu se relacionam no quadro formal da enunciação; *A forma e sentido na linguagem* (1989 [1966]), *Os níveis de análise linguística* (2005 [1964]), *Semiologia da língua* (2005 [1969]), *O aparelho formal da enunciação* (1989 [1970]), entre outros, para tratar dos níveis semiótico e semântico e seus aspectos. Neste capítulo, no item 3.2.1, sobre a criação dos títulos em outro idioma, com a intenção de mostrar que as produtoras dos filmes é que têm o poder de escolha sobre os filmes, a partir de uma lista que lhes é fornecida com diversas opções de títulos, aqui também mostramos que a escolha do novo título é baseada na sua característica comercial, para ser atrativa ao público de outro país. Mesmo com o fator comércio envolvido, busca-se títulos com uma certa semelhança de sentido, não fugindo muito ao original, conforme pesquisa relatada nesta parte, que mostrou que a maioria dos filmes que chegam ao Brasil mantém tanto o título original quanto o adaptado para o português.

No capítulo da análise mostramos que, dos três filmes analisados, os dois primeiros aproximam-se da nossa hipótese inicial, de que há uma semelhança de sentido muito próxima percebida nos títulos, complementada pelos outros elementos nos cartazes, enquanto na análise

do terceiro filme, com títulos bastante diferentes, a semelhança no sentido do inglês para o português era menor, exigindo um olhar mais distante do título, apoiado nos outros elementos do cartaz.

Finalmente, partindo do pressuposto que é impossível transpor o semiótico de uma língua para o de outra, pois não é possível transpor forma, somente sentido. Percebemos que Forma e sentido, conforme seção 3.3, devem articular-se juntas na extensão da língua, e sua relação está diretamente ligada aos conceitos de semiótico, com a tarefa de significar, e semântico, com a intenção de comunicar. Levamos de uma língua para outra somente um destes aspectos, o semântico, e o semiótico deve assumir nova forma. Levando em conta a restrição na forma de cada idioma, notamos um grau maior ou menor de compreensão no nível semântico, não necessariamente o mesmo em todos os títulos.

Acreditamos que as análises apresentadas nesse trabalho poderiam ser fundamentadas também por outros suportes teóricos, enxergamos, porém, a perspectiva enunciativa da linguagem nos permite olhar para os fatos linguísticos de maneira singular, pensar e analisar a língua por novos dispositivos e novas possibilidades. Considerando que há pouca pesquisa em torno deste tema dentro da enunciação, isso garante outras possibilidades de estudos. Esperamos, portanto que os resultados aqui apresentados possam contribuir para outras discussões em torno dessa temática.

Além disso, essa pesquisa propiciou um crescimento pessoal, profissional, teórico e acadêmico muito significativo, visto que, enquanto professora de língua inglesa, tenho como objetivo mostrar aos alunos as possibilidades da língua, tanto de seu idioma materno quanto estrangeiro, e também olhar para a língua em si, compreendendo as interpretações e visão de mundo que a língua proporciona.

## REFERÊNCIAS

- AITA, L. M. **Estratégias de promoção do cinema através dos cartazes: Análise dos aspectos formais de peças dos gêneros aventura, comédia e drama.** 2011. 105 f. Tese de Conclusão de curso (Bacharel Comunicação Social) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.
- BAKER, M. **In Other Words. A Course Book on Translation.** London and New York: Routledge, 1992.
- BAKHTIN M. M. *Os gêneros do discurso.* In: \_\_\_\_\_. **Estética da criação verbal;** introdução e tradução do russo Paulo Bezerra. 6. Ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2011. p. 261-269.
- BARBISAN, L. B.; FLORES, V. N.. **Sobre Saussure, Benveniste e outras histórias da linguística.** In: NORMAND, C.. Convite à linguística. São Paulo: Contexto, 2009.
- BENVENISTE, E. [1946] Estrutura das relações de pessoa no verbo. In \_\_\_\_\_. **Problemas de linguística geral I.** Campinas: Pontes 2005. p. 247-259.
- \_\_\_\_\_. [1958] Da subjetividade na linguagem. In \_\_\_\_\_. **Problemas de linguística geral I.** Campinas: Pontes 2005. p. 284 – 293.
- \_\_\_\_\_. [1964] Os níveis da análise linguística. In \_\_\_\_\_. **Problemas de linguística geral I.** Campinas: Pontes 2005. p. 127 – 140.
- \_\_\_\_\_. [1965] A linguagem e a experiência humana. In: \_\_\_\_\_. **Problemas de linguística geral II.** Campinas, SP: Pontes, 1989, p. 68-79.
- \_\_\_\_\_. [1966] A forma e o sentido na linguagem. In: \_\_\_\_\_. **Problemas de linguística geral II.** Campinas, SP: Pontes, 1989, p. 220-242.
- \_\_\_\_\_. [1969] Semiologia da Língua. In: \_\_\_\_\_. **Problemas de linguística geral II.** Campinas, SP: Pontes, 1989, p. 43-67.
- \_\_\_\_\_. [1970] O aparelho formal da enunciação. In: \_\_\_\_\_. **Problemas de linguística geral I.** Campinas, SP: Pontes, 1989, p. 81-90.
- BERMINGAN, J. (2007). **Lost in Translation,** Revista Speak Up. Ed. 238. Julho 2007. Ano XIX. Nº 238. P. 26-28.
- BERNARDET, J. C. **O que é cinema.** São Paulo: Brasiliense, 2006. Coleção primeiros passos. 1 ed. 15 reimpressão.
- CAMBRIDGE. Dictionary. Disponível em:  
<<http://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/boyhood>> Acesso em Set. 2015.

CARMELO, B. **Retrospectiva 2013: Os 20 melhores cartazes de filmes do ano.** 2013. Disponível em <<http://www.adorocinema.com/noticias/filmes/noticia-104965/>> Acesso em Dez 2014.

COSTA, F. C. **O primeiro Cinema.** São Paulo: Scritta, 2005.

COUSINS, M. **História do cinema:** Dos clássicos mudos aos cinema moderno. 1 Ed., São Paulo: Martins Fontes, 2013.

FLORES, V. N. ; TEIXEIRA, M. **Introdução à Linguística da Enunciação.** São Paulo: Contexto, 2005.

FLORES, V. N. et al. **Dicionário de Linguística da Enunciação.** São Paulo: Contexto, 2009.

FLORES, V. N. **Por que gosto de Benveniste?.** Desenredo, Passo Fundo: UPF Editora, v.1 n.2, jul./dez., 2005, p.127–138.

FLORES, V. N. **Introdução à teoria enunciativa de Benveniste.** São Paulo: Parábola, 2013.

HOLLIS, R. **Design gráfico: uma história concisa.** Tradução Carlos Daudt. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

LA PREMIÈRE. **Séance publique payante.** 2015. Disponível em: <<http://www.institut-lumiere.org/musee/les-freres-lumiere-et-leurs-inventions/premiere-seance.html>> Acesso em Mar 2015.

L'HISTOIRE **Lumière.** 2015. Disponível em: <<http://www.institut-lumiere.org/musee/les-freres-lumiere-et-leurs-inventions/breve-histoire.html>> Acesso em Mar 2015.

MARCUSCHI, L.A. **Gêneros textuais:** definição e funcionalidade. In: DIONISIO, A.P.; MACHADO, A.R.; BEZERRA, M.A. (Orgs.) **Gêneros textuais e ensino.** Rio de Janeiro: Lucerna, 2002. p.19-36.

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

MELLO, G. M. G. **O tradutor de legendas como produtor de significados.** 2005. 187 f. Tese de Doutorado (Doutorado em Linguística aplicada na área de tradução). Universidade Estadual de Campinas – Campinas, 2005.

MOTION PICTURES ASSOCIATION OF AMERICA. **Our story.** Disponível em: <<http://www.mpa.org/our-story/>> Acesso em set. 2015.

NUNES, P. A. **A prática tradutória em contexto de ensino (re)vista pela ótica enunciativa.** 2012. 239 f. Tese de Doutorado (Doutorado em Análises textuais e discursivas). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2012.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico:** métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. Novo Hamburgo: Feevale, 2009.

QUINTANA. G. **Cartaz, cinema e imaginário**. Dissertação (Mestrado em Multimeios) – Instituto de Artes, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1995.

SANTOS, A. S. **Guia prático de tradução inglesa**: como evitar as armadilhas das falsas semelhanças. Rio de Janeiro: Campus, 2007.

VENTURIN. T. C., PAGANOTO, E. M. **O literal e o traduzido em títulos de filmes estrangeiros**: a tradução de títulos de filmes. 2010. Disponível em:  
<<http://inseer.ibict.br/bcs/index.php/bcs/article/view/63/44>> Acesso em: Jan. 2016.

## **ANEXOS**

CARTAZES DA ANÁLISE 01





CARTAZES DA ANÁLISE 02

IF IT WERE EASY, MEN WOULD DO IT TOO.

sarah jessica parker

I DON'T  
KNOW  
HOW  
SHE  
DOES IT



pierce brosnan greg kinnear christina hendricks olivia munn

THE WEINSTEIN COMPANY PRESENTS "I DON'T KNOW HOW SHE DOES IT" SARAH JESSICA PARKER  
PIERCE BROSNAN GREG KINNEAR CHRISTINA HENDRICKS KELSEY GRAMMER SETH MEYERS OLIVIA MUNN  
CASTING BY DOUGLAS AIBEL COSTUME DESIGNER RENÉE EHRlich KALFUS EXECUTIVE PRODUCERS BOB WEINSTEIN HARVEY WEINSTEIN ALINE BROSH MCKENNA SCOTT FERGUSON  
PRODUCED BY DONNA GIGLIOTTI BASED UPON THE BOOK BY ALLISON PEARSON SCREENPLAY BY ALINE BROSH MCKENNA DIRECTED BY DOUGLAS MCGRATH  
EXECUTIVE PRODUCERS BOB WEINSTEIN HARVEY WEINSTEIN ALINE BROSH MCKENNA SCOTT FERGUSON  
CASTING BY DOUGLAS AIBEL COSTUME DESIGNER RENÉE EHRlich KALFUS EXECUTIVE PRODUCERS BOB WEINSTEIN HARVEY WEINSTEIN ALINE BROSH MCKENNA SCOTT FERGUSON  
PRODUCED BY DONNA GIGLIOTTI BASED UPON THE BOOK BY ALLISON PEARSON SCREENPLAY BY ALINE BROSH MCKENNA DIRECTED BY DOUGLAS MCGRATH

THIS FILM HAS NOT YET BEEN RATED

WWW.HOWSHEDOESITMOVIE.COM  
FOLLOW US ON FACEBOOK.COM/HowSheDoesIt

DK DOLBY DIGITAL GR DOLBY DIGITAL EXCELLENCE

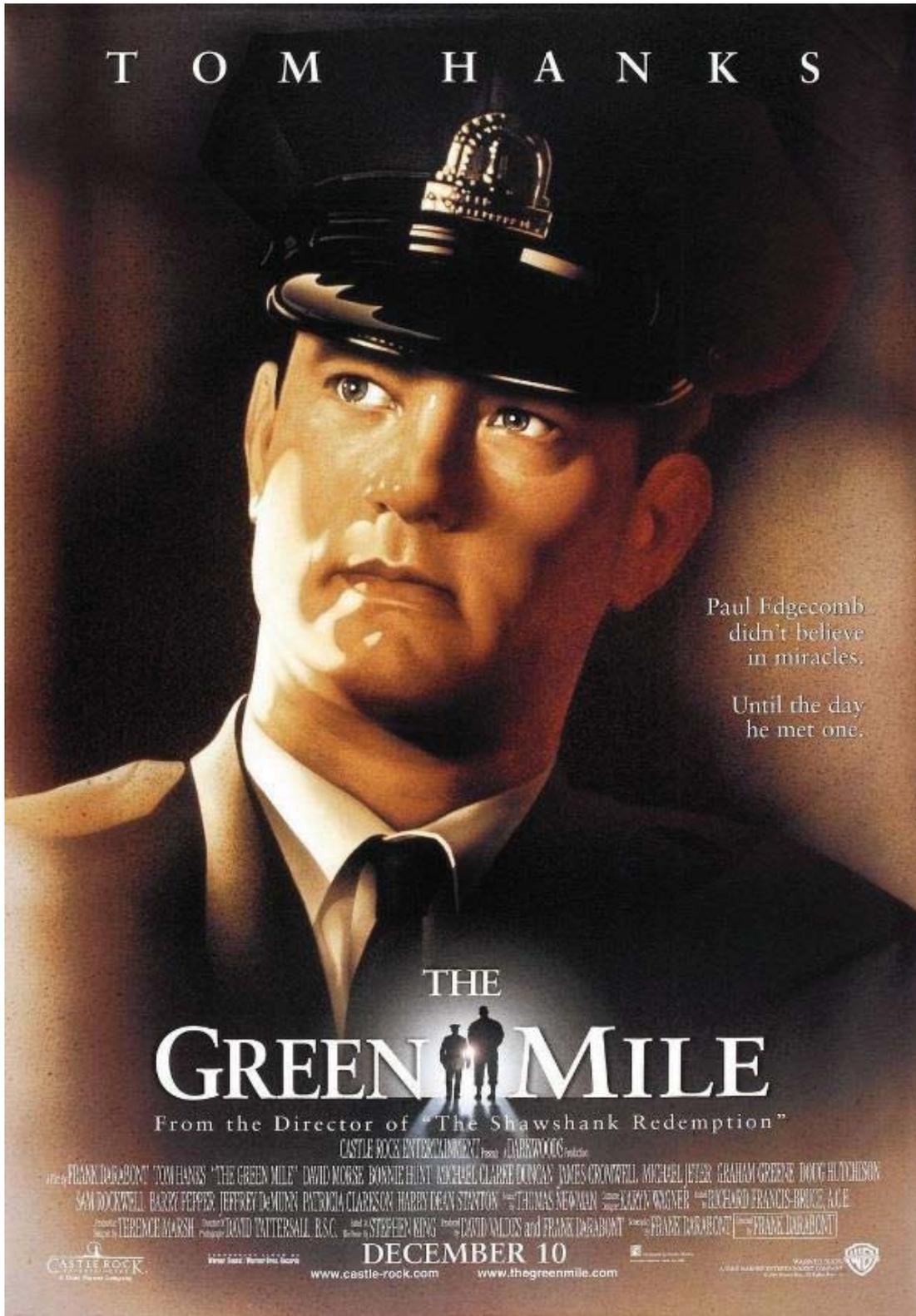
dts

THE WEINSTEIN COMPANY PRESENTS

coming soon



CARTAZES DA ANÁLISE 03



T O M H A N K S

Paul Edgecomb didn't believe in miracles.

Until the day he met one.

THE GREEN MILE

From the Director of "The Shawshank Redemption"

CASTLE ROCK ENTERTAINMENT PRESENTS A FRANK DARABONT FILM

FRANK DARABONT TOM HANKS "THE GREEN MILE" DAVID MORSE BONNIE HUNT ANDY GARFIELD CLARKE GUYMAN JAMES CRAMWELL MICHAEL JETER GRAHAM GREENE DOUG HUTCHINSON  
SAM ROCKWELL BARRY PETERSON JEFFREY DA MUNN PATRICIA CLARSON HARRY DEAN STANTON WITH THOMAS NEWMAN COSTUME DESIGNER KEARNEY WIGNER EXECUTIVE PRODUCERS ROCELAND FRANCIS BRUCE A.C.E.  
PRODUCED BY THERENCE MARSH WRITTEN BY DAVID PATTERSON, B.S.C. BASED UPON THE NOVEL BY STEPHEN KING DIRECTED BY FRANK DARABONT AND J. FRANK DARABONT COSTUME DESIGNER KEARNEY WIGNER

CASTLE ROCK ENTERTAINMENT

www.castle-rock.com

www.thegreenmile.com

DECEMBER 10

WARNER BROS. PICTURES PRESENTS A CASTLE ROCK ENTERTAINMENT PRODUCTION "THE GREEN MILE" A FILM BY FRANK DARABONT

T O M H A N K S



Uma história  
sobrenatural de  
justiça, esperança  
e realidade.

À  
**ESPERA DE UM MILAGRE**  
Do Mesmo Diretor de "Um Sonho de Liberdade"

CASTLE ROCK ENTERTAINMENT PRESENTA  
TOM HANKS "THE GREEN MILE" DAVID MARSE WYONNE BENT MICHAEL CLARKE DUNCAN JAMES CHAMBERLAIN MICHAEL JETER  
QUINN GIBSON DOUG BRIDGES SAM ROCKWELL BARRY PEPER JUSTYNS TANNEN PATRICIA CLARKSON JAMES EARL RAYSON "O" JENNIFER HARTSON  
... KERRY WONGER ... RICHARD FRANCIS BURKE S.E.E. ... TERENCE WISE ... DAVID VITTORELLI S.C. ... STEPHEN KING  
... DAVID WILDES + FRANK CONROY ... FLOU DAMBERT

