

## **E se os Contos Fantásticos dos Irmãos Grimm Virassem Filmes? Uma Proposta de Cartaz para o Conto “A Protegida de Maria”<sup>1</sup>**

André Vítor Giacomeli KUCHACKI<sup>2</sup>

Jorge Augusto FELDENS<sup>3</sup>

Centro Universitário Curitiba – UNICURITIBA

### **RESUMO**

O presente trabalho é parte integrante de um projeto da disciplina de Estudos Literários do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Curitiba – UNICURITIBA – que objetivou a elaboração de cartazes cinematográficos a partir de contos fantásticos dos Irmãos Grimm. Em especial, destaca-se a produção relativa ao conto “A Protegida de Maria”, que se buscou confeccionar a partir das postulações de Abraham Moles (1974) e Quintana (1995) sobre o gênero Cartaz. O cartaz aqui apresentado ainda integrou uma exposição, intitulada “E se os Contos Fantásticos dos Irmãos Grimm Virassem Filmes?” no UNICURITIBA, através da qual os trabalhos mais destacados da turma de Estudos Literários do terceiro semestre do curso de Publicidade e Propaganda foram apresentados à comunidade acadêmica.

**Palavras-chave:** Publicidade, Irmãos Grimm, Cartaz Cinematográfico

### **1 INTRODUÇÃO**

Durante a realização da disciplina de Estudos Literários do curso de Publicidade e Propaganda do Centro universitário Curitiba – UNICURITIBA, um dos temas abordados foi a importância da leitura dos contos de fadas, desde a sua origem, as explicações para a sua resistência aos tempos, até as suas especificidades constitutivas. Para este trabalho, acabou-se optando pela leitura de contos dos Irmãos Grimm, grandes expoentes da literatura mundial por serem pioneiros na compreensão dessas histórias como importantes constituintes da sua cultura, relevantes contribuintes para a formação do indivíduo e, sobretudo, merecedoras de registro, para que se corresse o risco de perdê-las.

Aliado ao estudo dos contos, lançou-se um olhar sobre uma maneira de aproveitar a leitura de textos desse gênero literário e, ao mesmo tempo, estimular uma atividade criativa a partir das histórias a que se teve acesso. Partindo desse princípio, o professor da disciplina em questão, orientador do trabalho aqui apresentado, sugeriu que a turma encarasse cada

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Cartaz (avulso).

<sup>2</sup> Aluno autor do trabalho e estudante do 5º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: [andre.vgiacomeli@hotmail.com](mailto:andre.vgiacomeli@hotmail.com).

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda, email: [jorge.feldens@unicuritiba.edu.br](mailto:jorge.feldens@unicuritiba.edu.br).

um dos contos como sendo o roteiro de uma produção cinematográfica, para a qual se elaborasse um cartaz de divulgação.

A produção por parte dos alunos deveria considerar as especificidades de um cartaz cinematográfico, considerando dimensões sugeridas (impressão em folha A0 – 841mm × 1189mm), bem como as referências teóricas apresentadas a seguir, na justificativa deste trabalho. Os cartazes elaborados pela turma deveriam, ao final da disciplina, integrar uma exposição, intitulada “E se os Contos Fantásticos dos Irmãos Grimm Virassem Filmes?” no UNICURITIBA, através da qual os trabalhos fossem apresentados à comunidade acadêmica.

## **2 OBJETIVO**

A disciplina de Estudos Literários do curso de Publicidade e Propaganda do Centro universitário Curitiba – UNICURITIBA – busca trazer aos estudantes noções de literatura e de discurso literário, questões sobre como a literatura dialoga com o contexto histórico e as necessárias relações entre literatura e publicidade. Nesse contexto, o trabalho aqui apresentado teve como objetivos:

1. Estudar contos de fadas (contos fantásticos) e compreendê-los como importantes constituintes da cultura de um povo e relevantes contribuintes para a formação do indivíduo;
2. Conhecer o trabalho desenvolvido pelos Irmãos Grimm na coletânea e registro de contos fantásticos e, principalmente, as histórias menos disseminadas na cultura brasileira;
3. Refletir sobre o gênero “Cartaz Cinematográfico”, compreendendo-o como elementar, básico, tradicional da indústria cinematográfica e, ao mesmo tempo, complexo e merecedor de atenção;
4. Encarando os contos como roteiros cinematográficos, produzir cartaz de divulgação da história (neste caso, “A Protegida de Maria”), que servisse como impressão primeira da construção de conhecimento sobre um filme, envolvendo aspectos como argumentação, construção de significados

### 3 JUSTIFICATIVA

Nos contos de fadas, encontram-se gravadas ideias infinitamente sábias que, durante séculos, recusaram-se a se deixar mutilar, desgastar ou esquecer. Eles sobrevivem: ultrapassam políticas opressoras, queda de civilizações, massacres de gerações e migrações, seja por terra ou mar. E o segredo para essa resistência talvez esteja no fato de que os contos de fadas carreguem consigo sentimentos grandes e profundos, tal qual as raízes de uma planta, cuja fonte de alimento permanece viva sob a superfície do solo, mesmo durante as mais severas intempéries do inverno.

Em nossa vida, ainda que um episódio possa terminar mal, sempre há outro a nossa espera e, depois desse, mais outro. Sempre há novas oportunidades para consertar o estrago, para moldar a nossa vida da forma que emocionalmente merecemos. Não perca tempo odiando o insucesso. O insucesso é um mestre melhor do que o sucesso. Escute. Aprenda. Continue. Essa é a essência de todo o conto. (ESTÉS, 1994, p. 130)

Quando prestamos atenção a essas mensagens do passado, aprendemos que há padrões desastrosos, mas também aprendemos a prosseguir com a energia de quem percebe as armadilhas, as dificuldades, antes de se deparar com elas ou de ser nelas ou por elas capturados.

Nascidos em Hanau, Alemanha, **Jacob Grimm** (1785) e **Wilhelm Grimm** (1786) são considerados os pioneiros no trabalho de coleta, registro e perpetuação de contos populares fantásticos, até então repassados oralmente de geração em geração, fato que por si só já lhes garante grandíssima contribuição à literatura.

Para a proposta de trabalho aqui exposta, valemo-nos da coletânea de 53 contos dos Irmãos Grimm elaborada pela analista junguiana, Doutora em Estudos Multiculturais e Psicologia Clínica, Clarissa Pinkola Estés, através da qual tivemos acesso a histórias muito conhecidas do público brasileiro, como “Branca de Neve” e “Rapunzel”, e histórias menos disseminadas, como “As Três Línguas” e “A Protegida de Maria”. A turma do 3º período do curso de Publicidade e Propaganda do UNICURITIBA, na disciplina de estudos Literários, foi desafiada a resgatar algumas das histórias originais dos irmãos e, encarando-as como se fossem roteiros para produções cinematográficas, imaginar como seriam os pôsteres promocionais dos respectivos filmes.

Ao longo do tempo, o cartaz cinematográfico deixou de ser apenas um convite para comparecer na apresentação do filme, e foi incorporando um caráter de persuasão. Essa foi a premissa para a utilização deste gênero em especial. De acordo com Bittencourt (2011), o cartaz representa uma das maiores expressões do surgimento da cultura de massa que ganha forma desde o final do século XIX”.

Como tal, valemo-nos das postulações de Quintana (1995) a partir das quais esse gênero pode ser dividido em três elementos estruturais básicos, nomeados “lexias”, quais sejam: o título, a ilustração e os créditos. Interessam-nos aqui, em especial, apenas os dois primeiros.

No que diz respeito ao título do cartaz cinematográfico, trata-se do nome do filme, do anúncio de seu conteúdo, da designação dessa obra em específico. O autor ainda faz referência a outras titulações que o filme pode receber, por exemplo, quando é distribuído internacionalmente, situação em que, muitas vezes, recebe outro nome que pode modificar seu sentido original, já que não se trata de “um problema de tradução, isto é, de mensagens equivalentes em códigos diferentes, mas de variação de mensagem” (QUINTANA, 1995, p 43). No entanto, esta observação não se aplica a nosso trabalho.

O segundo elemento composicional do cartaz cinematográfico referenciado pelo autor é a ilustração, ou seja, a imagem, que pode ser resultante do trabalho de criação de um designer, de um ilustrador ou por uma fotografia, muitas vezes retirada do próprio filme. Geralmente essa imagem contém “o instante pregnante, ou seja, o instante que revela, segundo o ilustrador, a essência do acontecimento” (QUINTANA, 1995, p 59).

Na atualidade, é difícil concebermos a realidade sem a utilização de imagens. Na realidade, desde o começo do século passado, fotografias, cartazes, filmes e televisão potencializaram essa proliferação. Somos, sem dúvidas, influenciados pelas imagens, por essas formas de produção de sentido que constroem parte de nossa cultura. Nesse universo, em especial, o cartaz é um dos “motores da sociedade de consumo” e também “uma das formas modernas de arte na cidade” (MOLES, 1974, p. 20). Conforme Abraham Moles, o cartaz representa uma das maiores expressões do surgimento da cultura de massa que ganha forma desde o final do século XIX.

Nas primeiras décadas do cinema, vemos cartazes que são influências culturais até hoje. O cartaz situa-se entre o propósito do artista visual que o cria e o interesse comercial de divulgação da ideia, neste caso um produto, o filme. Na atualidade, esse gênero se tornou

bastante sofisticado em relação à linguagem visual e seus elementos discretos, às vezes menos diretos e mais sugestivos.

#### 4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Inspirados nos filmes de Tim Burton, o cartaz aqui apresentado traz uma temática mais lúgubre, porém, ainda infantil. Algumas das inspirações utilizadas para criar a peça foram as palhetas de cores do filme Sombras da Noite (Dark Shadows, 2012) e Beetlejuice (1988), ambos do diretor supracitado. Desta forma, foram utilizados tons mais escuros e frios, dando ênfase em ser objetos com iluminação branca, simulando o luar refletido. Além disso, a palheta de cores fora inspirada pela escola surrealista, assim como a composição e tratamento das imagens sobrepostas. Todo o processo de criação foi desenvolvido nos programas Adobe Photoshop e Illustrator, este último mais especificamente para adequar a imagem para impressão em A0 (841 × 1189mm).

Foram usadas diversas técnicas de tratamento de imagem para a construção da peça. Primeiramente, durante a seleção das imagens de composição, foram escolhidas imagens que encaixassem com a parte selecionada da história. Foras escolhidas duas imagens de árvores diferentes que, sobrepostas, formasse um véu. Logo após a escolha das imagens de composição, fora então selecionada a atriz responsável para a atuação fictícia no também fictício filme da Protegida de Maria, sendo definida a atriz norte-americana Hannah Dakota Fanning (Dakota Fanning, 1994). Sua imagem foi tratada para que tivesse um tom mais sombrio, sem contar também a utilização de imagens de suporte para a alteração visual da atriz.

Por fim, foram escolhidas as fontes da peça. As fontes foram procuradas e baixadas através do site Dafont<sup>4</sup> e também inspiradas nas fontes e texturas dos filmes do já aludido Tim Burton. Ao texto, foram dadas cores frias, principalmente o branco e ao azul, mas como uma alusão ao fogo fátuo, fenômeno raro dado pela combustão espontânea de gases resultados da decomposição de seres vivos.

---

<sup>4</sup> <http://www.dafont.com/pt/mtheme.php?id=1>

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A obra foi baseada no conto “A Protegida de Maria”, escrito originalmente pelos Irmãos Grimm no século XVII e, neste caso, extraído da compilação de Clarissa Pinkola Estés<sup>5</sup>. O texto conta sobre uma garota que foi levada ao céu por Virgem Maria logo criança para ser cuidada. Essa garota cresceu junto a Santa e, assim que completou quatorze anos, fora submetida à responsabilidade de cuidar de treze portas enquanto Nossa Senhora viajava, sendo a décima terceira proibida de ser aberta. Porém, coagida pela curiosidade incontrolável, a menina abriu a décima terceira porta, encontrando atrás dela o fogo do Espírito Santo. Não satisfeita, ela tocou a chama divina e seu dedo ficou dourado.

Assim que voltou de viagem, Virgem Maria pediu para que a menina devolvesse as chaves das portas pelas quais ficara responsável. Suspeitando que a menina tivesse descumprido sua ordem, a santa indaga sua protegida sobre ela ter aberto a porta proibida, porém, ela nega tê-la aberto. Vendo então o dedo dourado da menina, a Virgem a expulsa do céu.

A menina então cai em um sono profundo e, quando acorda, estava novamente na terra, cercada de espinhos. O único lugar que podia se esconder para dormir e se abrigar das mazelas da natureza era uma árvore oca. Ela viveu nessa situação amarga e sofrida anos após anos, experimentando a miséria e o sofrimento do mundo. Assim que fora retirada do céu, fora-lhe tirado também o dom da fala, tendo seus lábios selados. Um dia, um rei a encontrou e a considerou belíssima, embora incapaz de falar. Ele a levou para seu castelo e casou-se com ela.

Um ano depois, ela teve um filho. A Virgem Maria apareceu e exigiu que ela confessasse ter aberto a porta. Ela mentiu novamente e a Virgem Maria levou seu filho, ficando o povo a murmurar que ela havia matado e comido o filho. Anos depois, ela volta a ter um filho e Maria desce de novo do céu e exige a confissão. A menina mente novamente. Então a Virgem leva sua outra criança. O desaparecimento de uma nova criança, junto as condições nas quais a rainha se encontrava e fora encontrada, começaram a fomentar a suspeita do povo de que ela fosse uma bruxa que se alimentava de crianças.

No terceiro ano, então, a moça teve uma filha e a Virgem a buscou e levou ao céu. Dessa vez, entretanto, o rei não conseguiu conter seus súditos e conselheiros, e a agora rainha foi condenada à morte. Em seu leito, pronta para ser queimada, a moça decidiu

---

<sup>5</sup> ESTÉS, Clarissa P. *Contos dos Irmãos Grimm*. Rio de Janeiro: Rocco, 2005.

confessar seu crime de abrir a décima terceira porta quando mais nova. Maria desceu dos céus, trouxe seus filhos novamente, devolveu-lhe a voz e lhe deu vida plena e feliz.

Após o conto ser lido e sintetizado, o trabalho foi executado buscando referenciar diversas partes do conto, com fim de abranger o clímax da trama junto a elementos importantes do enredo inteiro. Dessa forma, os pontos importantes selecionados foram o número treze, estampado na árvore sobre a cabeça da menina, citando a décima terceira porta aberta por ela. Também se buscou representar os crânios infantis sob o tronco da árvore, em referência às suspeitas da população de que a rainha muda que tinha sido achada na floresta se alimentava de crianças. Por fim, o texto “Algumas mentiras devem ser guardadas”, alude a decisão que a menina teve de mentir, fato que resultou em sua expulsão do céu e o fardo que lhe foi atribuído.

A representação do clímax do enredo foi dado pela visualização do ambiente morto e escuro em a garota foi aprisionada após mentir à Virgem Maria, mais especialmente a árvore oca, onde dormia e se abrigava da chuva e do frio, os galhos com espinhos que a impediam de sair de perto da árvore e dos arredores, o rosto da menina machucado e sujo e, em especial, seus lábios costurados, referenciando a sua voz retirada por Maria.

Essa conceituação fora criada exatamente a fim de criar a linha tênue entre terror e comédia que os filmes de Tim Burton se constroem, ancorando o visual um pouco macabro com as cores mais vivas e brilhantes.

## **6 CONSIDERAÇÕES**

Seja através das informações que são passadas pelos diversos meios de comunicação, seja jornais, revistas, televisão, internet sobre os filmes que serão lançados e bem antes do advento de novas tecnologias, os filmes eram divulgados pelos cartazes que nos dão a impressão primeira da construção de conhecimento sobre um filme. Esse gênero de divulgação de filmes serve como argumentação, construção de significados, estruturando parte da mensagem publicitária e vendendo o conteúdo da produção cinematográfica, o que cria uma atração que provoca, despertando no espectador o interesse em saber mais sobre o produto que será lançado.

Sua linguagem visual nos faz pensar na força das imagens e em várias histórias, pois o cartaz pode ser a síntese do filme, além de uma mídia publicitária básica. O cartaz pode ser apenas o início do processo de desencadeamento dessa comunicação, mas é

simplesmente uma peça fundamental. A proposição do trabalho e o produto final aqui apresentados serviram justamente como um exercício de criação de uma mídia publicitária, além de propiciar uma reflexão sobre este gênero tão elementar, básico, tradicional da indústria cinematográfica e que é, ao mesmo tempo, complexo e merecedor de atenção.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BITTENCOURT, Gustavo Henrique Ferreira. Estratégias Publicitárias Cinematográficas: a influência dos cartazes. In: XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, Região Nordeste, Intercom, Maceió. Disponível em: <<http://intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2011/resumos/R28-1119-1.pdf>> Acesso em: 24 abr. 2015

ESTÉS, Clarissa P. *Contos dos Irmãos Grimm*. Rio de Janeiro: Rocco, 2005.

\_\_\_\_\_. *Mulheres que correm com os lobos*. Rio de Janeiro: Rocco, 1994

MOLES, Abraham. *O cartaz*. Tradução de Miriam Garcia Mendes. São Paulo: Editora Perspectiva, 1974

QUINTANA, Haenz Gutierrez. *Cinema, cartaz e imaginário*. Campinas, 1995. Dissertação (Mestrado em Multimeios) Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1995.