

FILME ORIENTAL E CINEMA COMERCIAL – ANÁLISE DAS CATEGORIAS PLÁSTICAS EM “SHINOBI: A BATALHA”

MERENCIANO, Levi Henrique²⁰

MERENCIANO, Priscila Florentino de Melo²¹

RESUMO: Por meio da teoria semiótica plástica de Floch e das diferentes formas pelas quais se organizam a linguagem visual e os signos plásticos do filme, pretende-se analisar um filme japonês, “Shinobi: a batalha” (2005), dirigido por Ten Shimoyama. O objetivo é observar como as categorias plásticas contribuem com os efeitos de sentido estéticos do filme, de maneira a mostrar como essa produção se difere, em sua constituição visual, do cinema de massa contemporâneo. A semiótica plástica de Jean-Marie Floch propõe categorias plásticas (eidéticas, topológicas e cromáticas), a fim de compreender a linguagem visual de diferentes semióticas (publicidade, pintura, fotografia, cinema), por meio da relação entre o plano de expressão e o plano de conteúdo envolvidos na manifestação das diferentes linguagens verbovisuais.

PALAVRAS-CHAVE: Semiótica plástica. Linguagem verbovisual. Cinema comercial. Cinema japonês.

ABSTRACT: By means the semiotics of plastic signs theory from Floch and the different ways in which it organizes the visual language and plastic signs of film, it intends to analyze a Japanese movie “Shinobi: heart under blade” (2005), directed by Ten Shimoyama. The mains goal is to verify how the plastic categories contribute to the effects of aesthetic meaning of the film, in order to show how this production differs, along its visual organization, of the contemporary mass cinema. Semiotics of plastic signs from Jean-Marie Floch proposes plastic categories (eidetic, topological and chromatic ones), in order to understand the visual language of different semiotic signs (advertising, painting, photography, film), through the relation between the level of expression and level of content, concerning the different verbal visual languages concepts.

KEYWORDS: Semiotics of plastic sign. Verbal visual language. Commercial movie. Japanese movie.

²⁰ Semioticista, docente lotado na UEMG, Unidade Frutal. Contato: levihm@gmail.com.

²¹ Semioticista, docente lotada na UEMG, Unidade de Divinópolis. Contato: teacherpriscilamelo@gmail.com.

1. A CULTURA DE MASSAS: UM MUNDO DE LINGUAGEM

Ler e interpretar um mundo de linguagem implica qualificar a leitura desse universo de representações, inicialmente, como processo de reconhecimento de letras, bem como de sua concatenação em enunciados. Por extensão, a noção de leitura pode ser empregada ao traduzir diferentes formas de expressão, em diferentes linguagens. Enquanto reconstituição do significante textual, a leitura é essencialmente uma semiose (GREIMAS & COURTÉS, 1979, p. 251), portanto, uma decodificação de signos em forma de linguagem, sejam linguísticos, visuais, verbovisuais ou miméticos.

No que diz respeito à sociedade contemporânea, saber ler de diversas formas é relevante tanto à interpretação do atento analista quanto ao olhar despretenso do cidadão, em seu dia a dia. No âmbito da sociedade moderna, observa-se que ela demanda formas diversas de interpretação, pois os objetos culturais representados e as situações de leitura fazem parte de um contexto de produção e comunicação de sentidos.

A fim de iniciar um breve exercício das potencialidades de significação²² (nos textos e na cultura), considera-se o quanto a comunicação globalizada, intermediada por tecnologias de informação, é resultado de uma sociedade de comunicação de massa (ou *mass media*) (DROGUETT, 2002, p. 24). Essa diversidade cultural do cotidiano vai ao encontro do pensamento do filósofo Edgar Morin (1987), para quem a relação entre cultura de massas e tecnologias da informação já vigora desde meados do século XX. Para ele, as instâncias sociais – os sujeitos e a cultura – articulam-se com as tecnologias em voga e, assim, com a sociedade de consumo²³.

²² Para Greimas & Courtés (1979, p. 418), a significação “[...] é o conceito-chave em redor do qual se organiza toda a teoria semiótica. [...] a significação é suscetível de designar ora o fazer (a significação como processo), ora o estado (aquilo que é significado), e revela, assim, uma concepção dinâmica ou estática da teoria subjacente. Desse ponto de vista, significação pode ser parafraseada quer como ‘produção do sentido’, quer como ‘sentido produzido’”.

²³ Morin (1987) e outros pensadores que estudam a influência das mídias no cotidiano, como Peñuela Cañizal & Caetano (2004), examinam a cultura, ao assumir o imaginário criado (as representações) em torno de objetos semióticos (que comunicam e produzem sentidos), relacionados ao aglomerado indistinto de pessoas, em uma sociedade de cultura de massas. Morin (1987) observa que, desde o século XX, a indústria cultural produz suas tendências (por meio de técnicas de imprensa, rádio, tevê, cinema), propagando-as para todas as esferas da vida, formando esse conjunto de objetos culturais de fruição rápida.

Nesse contexto influenciado por mídias e tecnologias de comunicação, a cultura de massas ganha destaque. Potencializada pela disseminação das mídias, ela alcança públicos diversificados. No interior dela, é possível analisar, discursivamente²⁴, como se constituem segmentos de público específicos, bem como as formas como são representados no interior de suas práticas discursivas.

Vários são os tipos de público a quem se destinam os diversos produtos de massa, como o leitor de romances, o telespectador de novelas, o ouvinte de rádio, o espectador de cinema, entre outros. Esses diversos objetos de significação, na afinidade receptiva com seu público, podem ser considerados “textos” (em sentido mais amplo).

Segundo Greimas e Courtés (1979, p. 251), eles estão vinculados a diferentes procedimentos de leitura, pois o ato de ler (também em sentido lato) vai além da interpretação do texto escrito. Enquanto manifestação de sentidos, um texto pode ser organizado por diferentes linguagens, a exemplo dos textos sincréticos pictóricos do tipo: publicitário, audiovisual, da charge etc.

Nesses casos, imagem, som e texto estruturam-se por meio da aglutinação de elementos pertencentes a diversos contextos (PEÑUELA CAÑIZAL, 2008, p. 147). Enquanto formas de representação, os textos também podem ser estudados dentro de sua estrutura e de sua historicidade, permitindo maneiras de leitura ligadas a um determinado contexto e a sujeitos situados historicamente, fato que demanda estabelecer as relações entre os discursos e a história.

Ao propor o exame discursivo de um determinado produto de massa, pensa-se que os recursos necessários, a fim de compreender determinado objeto de leitura e seu público, podem cooperar de duas formas: ora explicando a natureza das relações estabelecidas na organização dos discursos e entre os discursos; ora verificando as maneiras pelas quais refletem situações do cotidiano no qual estão inscritos.

Em torno desses alcances, as teorias do discurso descrevem a forma como os textos (verbais ou sincréticos) organizam-se e produzem significação.

²⁴ A noção de discurso está relacionada à prática social de produção de textos, inscritos, pois, no contexto social e histórico, ou seja, no interior de suas condições de produção. Em suma, discurso é o texto lido e interpretado no seu próprio contexto, sendo entendido didaticamente pela relação de que texto mais o contexto compõem o universo do discurso.

Buscam também compreender a relação entre textos, tanto imersos no contexto em que são produzidos, como para quem o são.

Como a prática de ler, neste estudo, possui uma direção semiótica, ela abrange a compreensão dos objetos culturais em geral, sendo um processo de decodificar diferentes manifestações de sentido. No contexto dos estudos semióticos, Fiorin diz que essas manifestações podem ser interpretadas à luz de teorias gerais da significação. Nessa direção, observa que as semióticas modernas analisam as diferentes manifestações do sentido, não estando alheias a nenhuma forma de exprimi-lo (FIORIN, 2008, p. 78).

Por isso, o estudo semiótico de um determinado discurso oferece suporte para a compreensão de seu sentido, da relação que mantém com sua forma de expressão e, enfim, com outros textos.

2. PROPOSTA DE LEITURA SEMIÓTICA DE UM TEXTO SINCRÉTICO

Caracterizada como um fenômeno contemporâneo, a sétima arte se atualiza enquanto manifestação de sentido no ato de sua recepção. Concorda-se com o pensamento de Drogue (2007, p. 02), que dá atenção à construção que o público faz da arte que prestigia. Conclui que a existência do objeto “filme” elabora-se por meio da forma como o espectador o vê e com que elementos da narrativa fílmica e da expressão se identifica.

A construção dessa espécie de identidade com as produções de cinema tem um sentido relacional, ou seja, ocorre por meio do jogo de identificação que se estabelece na e pela audiência.

Em referência aos aspectos de identificação do público no cinema de Hollywood, os heróis²⁵ são peças-chaves. Representam tipos sociais corretos, sendo os estereótipos dos bons “moços”, em prol da sociedade que representam. Discutindo a relação dos textos com a história, Fiorin (2001) diz que o público sabe o quanto “Super-homens” não existem. Mas, o fazer desses

²⁵ Herança da cultura dos gibis (dos HQs), o herói sempre possui mais de uma identidade. O super-homem, enquanto Clark Kent é tímido, míope e medroso. Homem-Aranha, na pele de Peter Parker, não é badalado, tem poucos amigos e vive enalhado em dívidas. De dia, Batman é o milionário Bruce Wayne, à noite, é o cavaleiro das trevas. Fato comum nesses heróis é o de agirem impedindo o atentado à propriedade privada, ou seja, tendem a lutar contra ladrões.

personagens fictícios pode revelar anseios, ideias, concepções e temores de uma determinada época:

Nesse sentido, a narrativa do Super-homem mostra os anseios dos homens das camadas médias das sociedades industrializadas do século XX, massacrados por um trabalho monótono e por uma vida sem qualquer heroísmo. Esse homem, mediocrizado e inferiorizado, nutre a esperança de tornar-se um ser superpoderoso assim como Clark Kent, que se transforma em Super-homem (FIORIN, 2001, p. 28).

Morin amplia a questão, ao pensar (1987) em uma imagem cosmopolita de conceber o filme comercial. Esse tipo de produção tende a adaptar temas locais e transformá-los em cosmopolitas (o *western*, os musicais, o *american way of life*). Esse cenário de sincretismos culturais é destinado a uma espécie de *anthropos* universal (a um homem médio), correspondendo a um grau de humanidade comum a todos os outros. Para obter adesão do público, a linguagem do cinema desenrola-se, enfim, mais sobre o tecido do jogo imaginário que sobre o tecido da vida prática (MORIN, 1987, p. 44-5).

Com relação à audiência, existe um grande público consumidor de filmes hollywoodianos. Este pretende ver esses filmes, na medida em que tem potencialidade para se identificar com aspectos técnicos e narrativos que lhe agrade, seja o percurso do herói, a trama bem elaborada, a exaltação da nação potente, o jogo de cores e sons, as tomadas de câmera etc.

Importa verificar que são produções que se encaixam como fenômenos de público e que rendem críticas, seja pela grandeza de seu enredo, seja pelo excesso de recursos técnicos e, em outra direção, pela tendência em não aprofundar a narrativa, como o fazem o clássico cinema europeu ou norte-americano (tais produções antecedem filmes como *Star wars* e *Tubarão*, por exemplo, identificadas com o cinema de massa e produzidas a partir dos anos de 1970).

Para este trabalho, o objeto de significação escolhido para exame será o texto sincrético audiovisual, mais especificamente, um filme produzido no circuito de cinema comercial, mas cuja origem é o Japão. Como é improvável fazer análise de um corpus cinematográfico genérico, centraremos nossa atenção, especificamente, no filme ***Shinobi: a batalha*** (2005 – Disponível em: http://www.imdb.com/title/tt0475723/?ref=fn_al_tt_1).

Apesar de ter sido produzido no Japão, traz uma direção que possui características dos filmes comerciais, ou idênticos itens de produção em larga escala como, por exemplo, o custo de produção elevado (elenco, locação e efeitos especiais) e os fatores de distribuição de massa, em locadoras e cinemas²⁶.

Em outra veia de análise, nota-se que a organização do plano de expressão desse filme contribui para uma visão artística do cinema de massa, em que a plasticidade (a partir das simetrias de expressão e conteúdo que serão mostradas), vinculada ao fazer dos protagonistas, produz, de forma semissimbólica, uma relação com os valores orientais de equilíbrio e de complementaridade do Yin-Yang.

Entre os diferentes filmes produzidos a partir dessa mesma concepção (consoante ao que se convencionou também chamar de grandes produções), podem ser relacionados *O tigre e o dragão* (2000) e *O clã das adagas voadoras* (2004). O primeiro conta com direção de Ang Lee, premiado por *Razão e sensibilidade* e por *O segredo de Brokeback Mountain*. O segundo é dirigido por Zhang Yimou, diretor famoso por incorporar cenas de ação com os elementos mais sutis e expressivos das artes marciais do Oriente.

O que há de comum entre essas três produções de artes marciais é a parceria com estúdios hollywoodianos de cinema e a sua concepção de filme *pop*, em virtude de fatores, como distribuição, publicidade e bilheterias. De forma parecida, *Shinobi* foi concebido como obra de massa na sua origem, como observado, por meio da divulgação em *site* especializado.

Assim, o objeto a ser examinado é considerado expressão da cultura *pop* (é um filme comercial) por se tratar de uma produção cuja concepção é semelhante aos filmes produzidos para as massas, ou seja, divulgado no circuito mundial de cinemas.

Em outra direção, que tende a qualificar o cinema de massa como um produto de consumo, há certo descrédito com relação a uma possível falta de poeticidade. Com respeito à sua expressão, o universo da crítica pode

²⁶ Segundo o site IMDB, o filme foi distribuído, ao longo de aproximadamente um ano, nos cinemas de quinze países (ver: <http://www.imdb.com/title/tt0475723/releaseinfo>), justificando ser um filme comercial.

determinar que esse tipo de cinema²⁷ não revela um valor estético, se comparado a filmes de diretores consagrados, como Bergman, Hitchcock, porque traz uma previsibilidade narrativa, por meio da concatenação de enunciados narrativos (PEÑUELA CAÑIZAL, 2004, p. 19)²⁸.

A seguir, serão introduzidas as noções da semiótica plástica, conforme Floch (1985) e Pietroforte (2004; 2007), a fim de estabelecer o tratamento que o plano de expressão do cinema pode receber, articulado com o sentido do seu conteúdo.

3. A SEMIÓTICA PLÁSTICA: EXAME DO TEXTO SINCRÉTICO

O sincretismo audiovisual constitui-se por meio do que Peñuela Cañizal (2008) designa como signo analógico. A sua unidade expressiva estrutura-se por meio da aglutinação de elementos pertencentes a diversos códigos (o visual, o sonoro, o verbal etc.). Para explicar seu efeito de sentido mais autêntico, que reside na justaposição desses códigos (e não no significado isolado de cada um), o exame da organização desses elementos da expressão depende de uma gramática dos textos visuais (PEÑUELA CAÑIZAL, 2008, p. 147-8).

Estudando a articulação do sentido nos textos visuais (ou textos plásticos), Floch (1985) busca delimitar o campo de atuação da semiótica plástica. Em *Petites mythologies de l'oeil et de l'esprit: pour une sémiotique plastique*, ele pensa na constituição da imagem como uma forma de texto-ocorrência, ou seja, como o resultado de um processo complexo de produção de sentido, cujas etapas não diferem daquelas relativas aos processos que geram outros tipos de texto, sejam linguísticos ou não (FLOCH, 1985, p. 12).

Além disso, o sentido, na teoria semiótica, resulta da reunião, na língua escrita, gestual ou do desenho, de dois planos, que se manifestam em toda linguagem: o plano de expressão e o plano de conteúdo. Aquele é o plano em que as qualidades sensíveis que exploram uma linguagem para se manifestar

²⁷ Existem na mídia vários adjetivos para o tipo de cinema comercial: pipoca, *mainstream*, enlatado, hollywoodiano, etc.

²⁸ Na opinião de Peñuela Cañizal (2004, p. 19), não há um trabalho recorrente de poeticidade nos filmes comerciais (como, por exemplo, há em *Morangos Silvestres*), pois eles relegam para o segundo plano essa característica, voltando-se para a sintagmatização de enunciados narrativos.

são selecionadas e articuladas. Já o plano de conteúdo é o plano em que a surge a significação, a fim de pensar o mundo, ordená-lo, encadeando ideias e narrativas (FLOCH, 1985, p. 189). Desse modo, a semiótica greimasiana e os estudos de Floch sobre a expressão procuram dar conta, sobretudo, das linguagens verbais e visuais, em sua relação de sincretismo, pois o cerne delas está no sistema de relações. A partir do modo como se articulam as linguagens, a finalidade da semiótica é a de elaborar modelos de análise que explicam a geração dos sentidos nos discursos. Assim, é necessário compreender as condições de produção e, sobretudo, a intencionalidade de certo tipo de relação entre um significante (visual) e um significado (sentido) (FLOCH, 1985, p. 13). Em resumo, a expressão pertence ao domínio do significante, enquanto o conteúdo, pertence ao do significado (ou da significação).

Em *Petites mythologies de l'oeil et de l'esprit*, Floch (1985) reflete sobre a esquematização da expressão, com vistas a delimitar um campo de atuação para o semissimbolismo. Nesse estudo, as categorias do conteúdo são homologadas a elementos da expressão. Relacionando esse dado com a definição de signo analógico, de Peñuela Cañizal, vemos que o sentido é estudado por meio do vínculo que essas categorias dos dois planos mantêm.

Em suma, para cada elemento do conteúdo deve estar associado um ou outro elemento da expressão. A necessidade de articulação entre códigos confirma não poder atribuir sentido a um código isolado, ou seja, de forma não articulada com elementos de outros códigos, no interior da mesma forma de expressão sincrética. Por isso, o plano de conteúdo deve ser examinado sempre vinculado à forma da expressão, sendo ela o plano que distingue um objeto do outro (FIORIN, 2008, p. 78). As semióticas modernas analisam as diferentes manifestações de sentido, não estando alheias, portanto, a nenhuma forma de exprimi-lo (*ibid.*, p. 78).

Seguindo essa linha, Floch (1990, p. 64-72) compara o estilo de pintura Clássico com o Barroco, com o objetivo de definir categorias plásticas para o estudo da expressão.

A partir das pinturas de Dürer e Rembrandt (respectivamente, Clássico e Barroco), o semioticista define cinco elementos da expressão, relacionados a elementos visuais que apresentaria em estudos posteriores (FLOCH, 1985): cromático, eidético, topológico.

Ao primeiro, correspondem à disposição das cores (claro vs. escuro); ao segundo, a forma de organização dos traços (fechado vs. aberto, linear vs. obtuso); e ao terceiro, os planos e maneiras que os objetos se organizam (superficial vs. profundo, múltiplo vs. único). A cada elemento da expressão, dependendo de sua recorrência em certo discurso, estão vinculados diferentes elementos do conteúdo.



Figuras 1 e 2: Da esquerda para a direita: estilo Clássico e estilo Barroco (FLOCH, 1990, p. 70-71)

Desse modo, no exame das pinturas, temos que as concepções semânticas do plano de conteúdo (PC) de estilo Clássico e Barroco (clareza, unidade, identidade vs. contraste, fragmentação, dualismo) ligam-se a diferentes elementos do plano de expressão (PE), perceptíveis enquanto relações semissimbólicas:

Quadro 1: Homologação de conteúdos e expressão nas artes Clássica e Barroca, Floch (1990, p. 64-72)

	PC do estilo Clássico Clareza, unidade, identidade...	PC do estilo Barroco Obscuridade, fragmentação, dualismo...
PE Cromático	Efeito de claro (predomina espaços com intervalos em tons de branco)	Efeito de escuro (predominância de espaços com intervalos em tons de cinza)
PE Eidético	Aberto, linearidade (ângulos retos e traços lineares)	Fechado, obtuso (ângulos fechados e traços mais imprecisos e angulares)
PE Topológico	Superficial (plano de frente e reto), único (um todo articulado com as partes)	Profundo (plano de imagem mais ao fundo e obtuso), múltiplo (uma unidade absoluta, com partes independentes)

Floch procura esclarecer que os sistemas semissimbólicos são determinados pela conformidade não entre elementos isolados dos planos da linguagem, mas entre categorias de expressão e de conteúdo (FLOCH, 1985, p. 207). Tal relação de homologação das categorias plásticas, chamada de semissimbolismo, define-se, desse modo, pela isomorfia²⁹ dos dois planos de significação.

4. SHINOBI E A RELAÇÃO COM A FILOSOFIA YIN-YANG

Destacados o contexto das mídias de massa na contemporaneidade e o alcance da semiótica plástica, enquanto meio de realizar uma leitura dos processos de significação no domínio das diferentes linguagens, deve-se apresentar o filme *Shinobi* e, em seguida, seu exame semiótico.

Na mesma linha de grandes produções orientais – influenciadas pelo modelo hollywoodiano de filmes de ação, como *O clã das adagas voadoras* e *O tigre e o dragão* – *Shinobi: a batalha* manifesta as categorias da expressão, a

²⁹ Se o processo de isotopia corresponde às recorrências de temas e figuras em um mesmo objeto de significação, a isomorfia corresponde à recorrência de categorias plásticas. Ao compreender os dois planos da linguagem, o semissimbolismo, por meio da isomorfia entre os planos de conteúdo e expressão, revela uma coerência plástica (PIETROFORTE, 2004, p. 97).

fim de vinculá-las ao ambiente e ao figurino (figuras do discurso) dos personagens e seus clãs. As categorias topológicas também dizem respeito à organização do plano de conteúdo que representa cada clã, na medida em que os diferentes pontos de vista da câmera fornecem as coordenadas do posicionamento dos ambientes em que vivem e seu modo de vida, conforme a filosofia do Yin-Yang: mais abaixo (no vale úmido, vive o clã de mulheres, Tsubagakuri); ou mais acima (nos picos secos, vive o clã de homens, Manjidani).

No contexto da história de *Shinobi*, as categorias da expressão são relacionadas aos conteúdos temáticos do pensamento oriental do Yin-Yang. Ao Yin, equivale o princípio feminino, ao Yang, o princípio masculino. Por isso, a construção da significação nesse filme segue essa noção oriental a que o filme pertence, a qual se define “[...] pela interação dinâmica desses dois polos arquetípicos, os quais estão associados a numerosas imagens de opostos colhidos na natureza e na vida social” (CAPRA, 2006, p. 33). Para Fritjoff Capra, autor de *O Tao da física* e de *Ponto de mutação*, as relações de Yin-Yang são partes de um mesmo todo, por isso é preciso entendê-las de forma não maniqueísta, mas complementar. Por definição, o equilíbrio de ambos é bom, enquanto o desequilíbrio é sempre nocivo (ibid., p.33). O símbolo vem da filosofia oriental do I Ching:

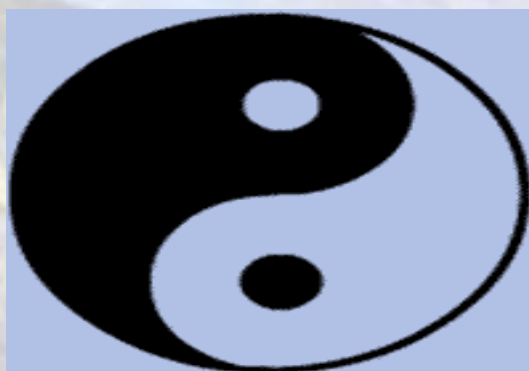


Figura 3: Yin-Yang.

Disponível em: <http://www.brasilecola.com/filosofia/yin-yang.htm>

O princípio feminino do Yin corresponde a tudo o que é **contrátil**, **receptivo** e **conservador**, enquanto o princípio masculino do Yang, ao que é **expansivo**, **agressivo** e **exigente**. Também estão associados determinados elementos da natureza e do humano às duas concepções (CAPRA, 2006, p. 33-6):

Quadro 2: Elementos do Yin-Yang

Elementos da natureza		Elementos do humano	
Yin	Yang	Yin	Yang
Terra	Céu (ar)	Feminino	Masculino
Água	Fogo	Contrátil	Expansivo
Sombra	Luz	Conservador	Exigente
Lua	Sol	Receptivo	Agressivo
Noite	Dia	Cooperativo	Competitivo
Inverno	Verão	Intuitivo	Racional
Umidade	Secura	Sintético	Analítico
Frescor	Calidez		
Interior	Superfície		

Yin e Yang são representações dos polos negativo e positivo, presentes na natureza, segundo a cultura oriental. Por ser um princípio dual, ambos dependem um do outro e, portanto, complementam-se, não sendo um mais importante que outro. De acordo com a filosofia do I Ching, são formas de energia ligadas, como se observou, a princípios da natureza relativos a determinações humanas. Ao Yin, associa-se a escuridão, o princípio passivo, feminino, frio e noturno. Ao Yang, a luz, o princípio ativo, masculino, quente e claro. Como são interdependentes, quanto mais um sujeito possuir o Yin, por exemplo, menos Yang terá e vice-versa. Em suma, essa filosofia focaliza o equilíbrio, uma vez que o corpo e a mente saudáveis dependem do equilíbrio entre Yin e Yang.

Será observado que a narrativa de *Shinobi* é enriquecida por meio das relações estabelecidas entre a expressão e o conteúdo no âmbito dessas

noções orientais, focando-se sempre o equilíbrio nas homologações do conteúdo com a expressão.

5. EXAME DAS CATEGORIAS PLÁSTICAS EM *SHINOBI*

Ao estilo da saga ocidental, o filme trata do conflito entre dois clãs de guerreiros ninja supertreinados. No contexto do Japão medieval, batalham pelo domínio das artes “shinobi” e pelo controle da região das montanhas, local ligado aos valores de natureza, nas cercanias do castelo Sumpu. No cerne da batalha está o amor entre Gennosuke e Oboro (e a intenção do casamento), embora a união dos dois seja impossível de se concretizar, devido à rivalidade entre os clãs a que cada um deles pertence.

Logo no início, o herói **Gennosuke** (fig. 4), líder do clã **Manjidani** – regido pelo princípio do pensamento **Yang**, masculino – revela o seu poder de **mobilidade**, ao focalizar, do seu ponto de vista, o salto de um peixe em câmera lenta. Ao acionar a habilidade da visão, seus olhos avermelhados detectam qualquer movimento, discernindo-o facilmente.



Figura 4: Gennosuke e seu poder de mobilidade

Noutro momento da narrativa, a heroína **Oboro** (amor de Gennosuke), líder do clã **Tsubagakuri** – regida pela noção do **Yin**, princípio feminino – mostra o seu poder paralisante, “os olhos da morte”, cujo ataque **imobiliza** o oponente.



Figura 5: Oboro e seu poder de imobilização

Nessa breve apresentação dos protagonistas, já pode ser visualizada a primeira grande correlação das categorias do Yin-Yang com os elementos cromáticos da expressão. Nesse caso, os poderes de ambos são representados pela forma como se ligam às categorias do **cromatismo intenso** (cores fortes): Yin, representado nos **tons de azul a roxo (cores frias)**; Yang, nos **tons de laranja a marrom (cores quentes)**. Assim, há uma primeira articulação de conteúdo e expressão:

– variações dos **tons de vermelho** com os conteúdos de **mobilidade** (Yang) de Gennosuke – ação de golpe relacionada aos princípios expansivo e agressivo.

– variações dos **tons de azul** com os conteúdos de **imobilização** da vítima (Yin) de Oboro – ação de golpe relacionada ao contrátil e ao receptivo.

É importante frisar que “fragilidade” e “passividade” não estão relacionados a Oboro simplesmente por ser mulher, pois não é figurativizada como uma guerreira frágil. Seu golpe “olhos da destruição” (olhos azuis) reflete as cores frias do princípio Yin, como algo que foge à exterioridade, voltado para dentro do oponente. As cores frias, em tons de azul a roxo marcam o seu papel temático relativo à noção do Yin (**contrátil, interno**). Até mesmo os homens do clã seu (Tsubagakuri) têm um aspecto feminino, andrógino, refletindo os valores da noção oriental.

Por sua vez, Gennosuke volta-se para o que é exterior (**expansivo e para fora**), características representadas pelos tons quentes do amarelo ao vermelho vinculadas a ele e aos outros integrantes do seu clã (a gola do

quimono, a terra do alto da montanha, a mata e flores vermelhas e alaranjadas ao fundo [figs. 6 e 9, em seguida]). Os integrantes desse clã são, ao contrário, mais rústicos e “androgênicos”³⁰.

Seguindo a noção oriental mostrada, os enquadramentos (como nas figs. 6 e 7, em seguida) revelam sempre o equilíbrio e a gradação entre as cores que simbolizam os princípios em harmonia. Na ocasião da foto abaixo (fig. 6), ele se encontra em terreno inimigo, por isso, seu traje é azul – no decorrer do filme, a sua roupa é vermelha, como está a sua gola. Na figura 7, a heroína Oboro é apresentada no seu ambiente, com as gradações relativas ao seu universo cromático de sentido.



Figura 6: Genosuke olhando para Oboro, da direita para esquerda, em terreno inimigo



Figura 7: Oboro bebe água, virada da esquerda para direita, enquanto é observada

³⁰ Foi necessário fazer referência ao termo da biologia “androceu”, como parte masculina da planta, sentido antropomórfico que a palavra “andros” carrega, a fim de adaptar um adjetivo do campo médico a “um princípio masculino de ser, pois está vinculado ao Yang”.

A construção das categorias topológicas também afirma os valores do Yin-Yang nas perspectivas de câmera panorâmicas (tomadas a distância, mais abertas). O espaço do clã regido pelo feminino é visto de **baixo para cima** (de um ponto de vista interior, fechado para o horizonte), parcialmente com enfoque na sombra, com vegetação densa e passível de umidade, com um traçado diagonal de silhueta ascendente à direita (fig. 8).

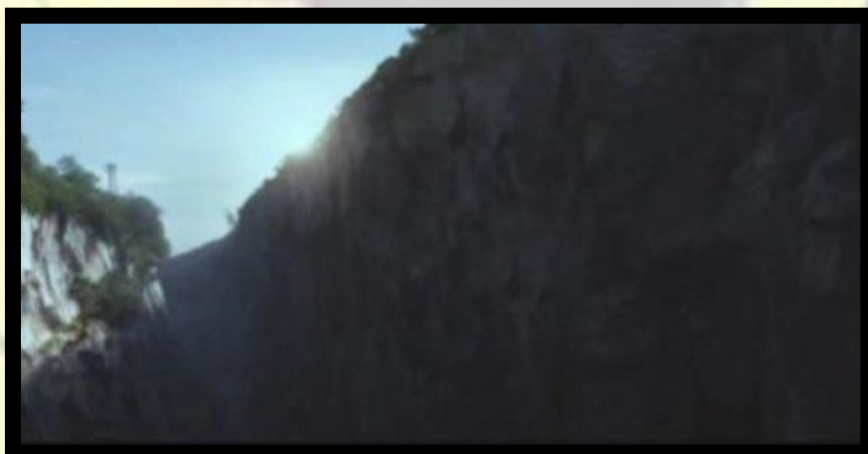


Figura 8: Vale da montanha (categoria topológica representante do Yin)

Por sua vez, o ponto de vista do clã Manjidani, regido pelo masculino, traz a perspectiva do topo da montanha. O ângulo vertical, de **cima para baixo**, mostra as características do ar, do vento, da luz, das cores quentes e da poeira do pico. Revela, assim, um ponto de vista exterior, alto, verticalizado, aberto e voltado para o horizonte. Até mesmo a orientação da montanha é diferente. A imagem anterior (fig. 8) alinha-se à direita, esta, (fig. 9) à esquerda – mas o traçado diagonal da silhueta da montanha está descendente à direita.



Figura 9: Pico da montanha (categoria topológica representante do Yang)

Em certos momentos, os elementos do ambiente mostram uma relação harmônica entre os guerreiros. Por isso, a junção entre as características dos dois protagonistas também fica representada nos elementos da natureza. Nesta cena (fig. 10), a lua simboliza o princípio Yin. Na direção dela, segue Gennosuke, representado pelo Yang, ao golpear o inimigo, em uma das mais belas cenas do filme. Outra oposição pode ser vista aqui, na regularidade e circularidade da lua com os traços pontiagudos e lineares da composição dos traços (categoria eidética) de Gennosuke:

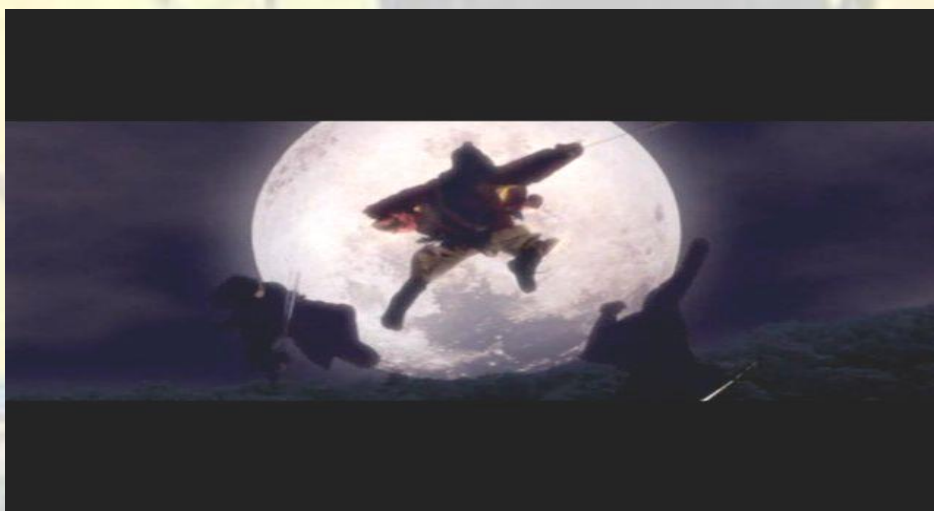


Figura 10: Harmonia proveniente do personagem em direção ao elemento lua

Um dos pôsteres de lançamento do filme (figura 11) mostra a relação das cores em equilíbrio, com os protagonistas acima e os guerreiros dos clãs abaixo. No centro, aparece um guerreiro com um traje em cromatismo não intenso, intermediando, da esquerda para direita, um guerreiro Tsubagakuri (Yang) e um Gennosuke (Yin). Note-se que a oposição também se constrói como um quiasmo entre as imagens, pois abaixo de Gennosuke, está uma guerreira de outro clã (em rosa e azul). Pode-se dizer o mesmo para Oboro, com uma lutadora em tons de laranja e vermelho logo abaixo. Os integrantes dos clãs estão, portanto, dispostos de forma cruzada.



Figura 11: Um dos encartes de *Shinobi*, constituído pelas relações cromáticas

Como o filme necessita de um desfecho coerente, que negue o princípio de guerra/desequilíbrio do início e afirme o de paz/equilíbrio, deve ser marcado pelo fazer de um dos dois sujeitos protagonistas.

Esse início de desfecho é marcado pelo ato de Oboro perfurar os próprios olhos e abdicar do seu poder (anteriormente ela necessitou matar o seu amado pela impossibilidade do amor). Como símbolo da “não guerra”, o sangue dos olhos tem ao mesmo tempo um valor de lembrança do amado (o seu poder e a sua cor são vermelhos), em contraste com o azul da sua roupa.

Em termos de direção, pois, a uma espécie de fechamento esperado do filme, diante da impossibilidade de realização do amor e da continuidade da batalha entre os clãs, Oboro finaliza a guerra por meio desse ato desesperado, frente às autoridades, representantes do poder na vila e nas montanhas.

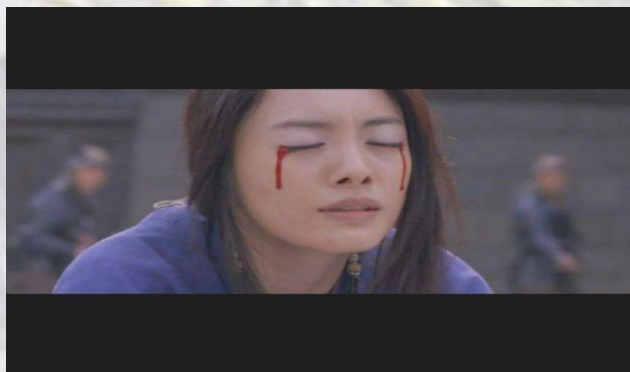


Fig. 12: Autoflagelo de Oboro para afirmar a paz

Como foi mencionado, o início do filme traz uma organização voltada para os valores de guerra vs. paz (desequilíbrio vs. equilíbrio). Ao negar seus poderes de Shinobi, Oboro nega os valores de guerra e afirma os de paz, fazendo a narrativa tender para as relações de equilíbrio (paz, acordo).



Fig. 13: Cena final, em que Oboro se encontra num contexto de paz

Desse modo, vê-se que o filme não o faz apenas no plano do conteúdo. Após a cena do autoflagelo, todo o cromatismo intenso, anteriormente dominante (tons de azul vs. tons de vermelho), diferentemente, passa (figura 13, acima) a um **cromatismo neutro, não intenso, voltado para os valores de paz**³¹. Isso se justifica, pois em nenhum outro momento anterior existiu a predominância de branco no filme, sobretudo, junto ao elemento natural neve e gelo.

³¹ Aqui não se entende branco como representante exclusivo e descontextualizado da paz por si só, isto é, sem levar em conta as relações de sentido presentes no plano do conteúdo, portanto, em todo universo dessa narrativa fílmica.

6. PROPOSTA DE ESQUEMATIZAÇÃO DE *SHINOBI*

Seguindo as correlações de conteúdo e expressão, examinados na organização do filme *Shinobi*, propõe-se expô-los mediante à apresentação de dois quadros ilustrativos, com as categorias do plano de conteúdo e expressão articulados aos elementos presentes na narrativa:

Quadro 3: Esquemática de categorias e elementos do conteúdo articulados aos da expressão

Unidades figurativas e de expressão	YANG	YIN
Unidades figurativas - PC	Clã dos <u>Manjidani</u> (figura de Gennosuke) = homem	Clã dos <u>Tsubagakuri</u> (figura de Oboro) = mulher
Unidades do plano de conteúdo - PC	Princípio masculino (sol, calor, externo, masculino, expansão, mobilidade) Pessoa: Gennosuke e o resto do clã Tempo: Seco, Terra, Poeira, Luz Espaço: Alto, Fora, Pico da montanha	Princípio feminino (lua, frio, interioridade, feminino, retrátil, imobilidade) Pessoa: Oboro e o resto do clã Tempo: Úmido, Água, Névoa, Sombra Espaço: Baixo, Interior, Dentro do vale da montanha
Unidades do plano da expressão - PE	Cores quentes: Tons de laranja a vermelho escuro Plano alto: Perspectiva de cima para baixo	Cores frias: Tons de azul a roxo Plano baixo: Perspectiva de baixo para cima

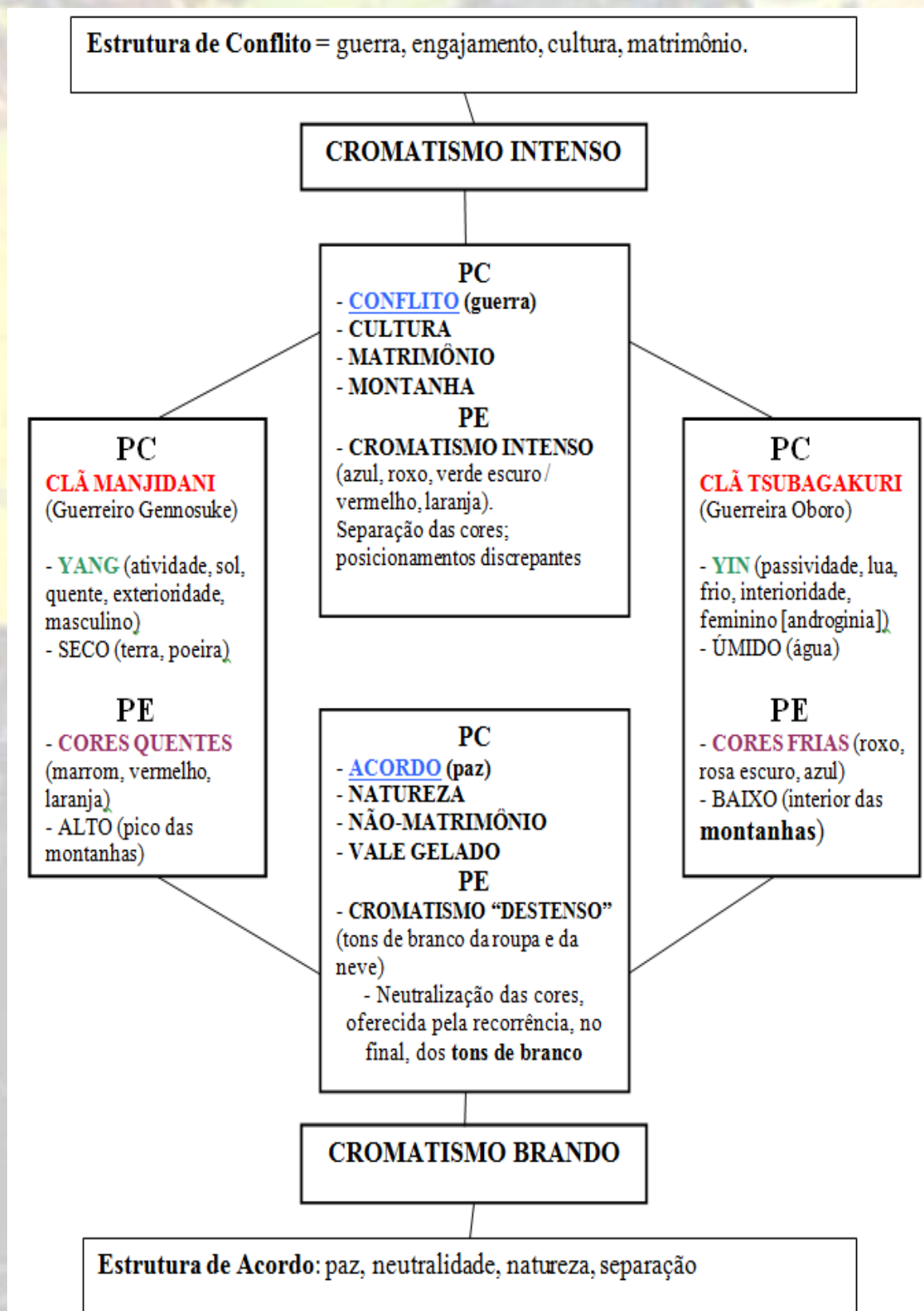


Fig. 14: Totalização das oposições de conteúdo e expressão presentes em *Shinobi*, de acordo com relações de oposição horizontal e vertical

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observou-se que a indústria contemporânea do cinema tem eixos diversificados de produções contemporâneas comerciais. Hollywood, o grande centro irradiador da cultura do cinema no Ocidente também oferece influências para a concepção do cinema feito no Oriente.

Ao valorizar a construção metafórica de *Morangos silvestres*, Peñuela Cañizal (2004, p. 21-2) explica que filmes mais autorais, como os de Bergman são feitos sobre os princípios de um controle quase total, em que os elementos se articulam com perfeição e as relações entre eles são cuidadosamente monitoradas pelo diretor. Parece que um tipo de controle também é visto em *Shinobi*, pois, à maneira que os programas narrativos se sucedem – organizando a construção das figuras do discurso – as categorias plásticas vão acompanhando o conteúdo *pari passu*, de forma orquestrada, sempre enriquecendo o filme. Tendo como resultado um apelo estético, a produção mexe não somente com o inteligível, mas com o plano sensível do espectador, fazendo-o ao menos notar o quanto as cores, personagens e espaços ocupam lugares de destaque no filme.

A questão de como é concebido o imaginário em torno do herói também rende interpretações relevantes para a identificação do público com o filme. Longe de serem representações de heróis introvertidos ou antissociais (como o são Peter Parker e Clark Kent), Oboro e Gennosuke concretizam o papel do herói sereno, centrado e que, acima das suas vontades, representam a lealdade à sua cultura de guerreiros.

Diferentemente dos heróis de filmes comerciais, enfim, *Shinobi* não encena ameaças a uma nação ou a um vilão encarnado como o representante do mal absoluto, que imponha perigo à propriedade privada ou que irá assolar uma grande cidade, mas encena a defesa de princípios de guerreiros leais e supertreinados, frente a um conflito entre clãs, no século XVII.

Apesar de a narrativa não apresentar elementos diferentes dos filmes de ação comuns (com heróis, coreografias de luta e um amor central), *Shinobi* trabalha de maneira diferente dos filmes hollywoodianos as categorias

plásticas, fato que enriquece o conteúdo, mas sem deixar de ser um filme de massa. Cabe dizer que a discussão em torno de heróis do mundo oriental traz à tona valores de uma cultura diferente da dos heróis do Ocidente citados³².

Mesmo que *Shinobi* tenha sido produzido para ser vendido (para as redes de locadoras e comercializado em lojas de DVDs, por exemplo), ainda assim parece representar uma tentativa válida de enriquecer encadeamentos narrativos de conteúdos já tão desgastados pela fórmula básica de conceber os enunciados do filme comercial contemporâneo.

³² Mesmo que os princípios dos guerreiros de *Shinobi* orientem a história para valores relacionados à sua cultura, a comparação entre diferentes tipos de heróis foi feita com o intuito de observar recursos da expressão de que o cinema hollywoodiano se vale poucas vezes, no interior dos quais tende a preferir a concatenação de enunciados narrativos aos recursos estéticos da expressão, como reforçado por Peñuela Cañizal (2004, p. 19).

REFERÊNCIAS

- CAPRA, F. *O ponto de mutação*. São Paulo: Cultrix, 2006.
- DROGUETT, J. Vertigem pendular – cultura dos meios de comunicação. In: BALOGH, A. M et al. (org.). *Mídia, cultura, comunicação*. São Paulo: Arte & Ciência, 2002.
- _____. Estética da recepção cinematográfica – sobre os efeitos receptivos da produção midiática. *Comunicação & Inovação*. São Caetano do Sul, v. 8, n. 15, jul./dez. 2007, p. 2-10. Disponível: http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/676/522
- FIORIN, J. L. *Para entender o texto*. São Paulo: Ática, 2001.
- _____. Semiótica e comunicação. In: DINIZ, L. V. P. & PORTELA, J. C. (Org.) *Semiótica e mídia: textos, práticas, estratégias*. Bauru: Unesp / FAAC, 2008, p. 75-92.
- FLOCH, J.-M. *Petites mythologies de l'oeil et de l'esprit*. Paris: Hadès-Benjamins, 1985.
- _____. *Sémiotique, marketing et communication – sous les signes, les strategies*. Paris: Presses Universitaires de France, 1990.
- GREIMAS, A. J. & COURTÉS, J. *Dicionário de semiótica*. Tradução Alceu Dias Lima et al. São Paulo: Cultrix, 1979.
- MORIN, E. *Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo*. Rio de Janeiro: Forense, 1987.
- O CLÃ das adagas voadoras. Direção: Zhang Yimou. Hong Kong (China), 2004. 1 DVD (166 minutos), sonor., color.
- O TIGRE e o dragão. Direção: Ang Lee. China: Columbia Pictures, 2000. 1 DVD (124 minutos), color., sonor.
- PEÑUELA CAÑIZAL, E. Tessituras oníricas em “Morangos Silvestres”. In: PEÑUELA CAÑIZAL, E. & CAETANO, E. K. (Orgs.). *Olhar à deriva: mídia, significação e cultura*. São Paulo: Annablume, 2004.
- PEÑUELA CAÑIZAL, E. & CAETANO, E. K. (Orgs.). *Olhar à deriva: mídia, significação e cultura*. São Paulo: Annablume, 2004.
- _____. Poética de imersão em produtos hipertextuais. In: PRIMO, A. et al. (Orgs.). *Comunicação e interações*. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- PIETROFORTE, A.V. *Semiótica visual: os percursos do olhar*. São Paulo: Contexto, 2004.
- _____. *Análise do texto visual: a construção da imagem*. São Paulo: Contexto, 2007.
- SHINOBI: a batalha. Direção: Ten Shimoyama. Japão: Shochiku, 2005. 1 DVD (97 minutos), color., sonor.