



Tropa de Elite: uma análise visual dos cartazes de divulgação dos filmes

Deise Caldart¹
UFSC

Resumo: A comunicação multimodal é prevaiente na sociedade contemporânea, especialmente através da mídia, motivo pelo qual diversos estudos na área de Análise do Discurso tem dado grande importância aos modos semióticos de representação, tendo em vista que a representação da realidade social não se dá apenas por textos, mas também por imagens (Kress & Van Leeuwen, 1996). No Brasil os estudos que tem como base a Gramática do Design Visual (Kress & Van Leeuwen, 1996) vêm se tornando cada vez mais recorrentes como método de análise para uma abordagem semiótica social. Deste modo, o presente estudo qualitativo teve como objetivo contribuir para esta abordagem através da análise da representação do Batalhão de Operações Especiais veiculada nos pôsteres dos filmes *Tropa de Elite*, tendo como pressupostos teóricos a Gramática Visual de Kress and van Leeuwen (1996), bem como a Análise Crítica do Discurso de Fairclough (1992). Os cartazes de divulgação dos filmes *Tropa de Elite* (2007) e *Tropa de Elite 2* (2010) integram o corpora desta pesquisa. Os resultados sugerem que ambos os cartazes apresentam uma relação desigual de poder entre o Capitão/Coronel Nascimento e os demais participantes (Capitão André Mathias, o batalhão do BOPE e os traficantes). Também foi possível verificar que ambos os pôsteres retratam Nascimento como modelo ideal de capitão/coronel, ao mesmo tempo em que o aproxima do espectador por meio dos ângulos e planos das imagens.

Palavras-chave: Tropa de Elite, Gramática do Design Visual, Análise Crítica do Discurso.

Abstract: Multimodal communication is prevalent in contemporary society, especially through mass media, the reason why several research in Discourse Analysis have been focusing on the semiotic means of representation, considering that the representation of social reality does not exclusively happen through texts, but also through images. In Brazil, studies based on Kress & Van Leeuwen's (1996) *Grammar of Visual Design* have become increasingly more recurrent as means of analysis for a social semiotic approach. Thus, this qualitative study aims at contributing to this approach through the analysis of the *Elite Squad* movie posters, being supported by the theoretical framework of the *Grammar of Visual Design*, proposed by Kress and van Leeuwen (1996), as well as by *Critical Discourse Analysis*, proposed by Fairclough (1992). The release posters of the movies *Elite Squad* (2007) and *Elite Squad 2* (2010) comprise the corpora of this research. Results suggest that both posters portray an unequal power relation between Captain/ Colonel Nascimento and the other participants (Captain André Mathias, BOPE battalion and the drug dealers). It was also observed that both posters depict Nascimento as the ideal model of captain/ colonel, who is also close to the viewer due to the angles and shots from where the pictures were taken.

¹ deise.caldart@hotmail.com



Keywords: Elite Squad, Grammar of Visual Design, Critical Discourse Analysis

1. Introdução

Produzir e compreender textos multimodais vem se tornando cada vez mais necessário para que a comunicação aconteça de forma satisfatória. O dinamismo da sociedade atual e a consequente falta de tempo abrem cada vez mais espaço para as imagens como formas rápidas e eficazes de comunicação. A respeito do caráter multimodal da sociedade contemporânea, van Leeuwen (1997) afirma que:

Uma dada cultura (ou um dado contexto de uma cultura) não só tem a sua própria e específica ordem de formas de representar o mundo social, mas também as suas próprias formas de representar as diferentes semióticas nesta ordem, de determinar, com maior ou menor rigor, aquilo que pode ser realizado verbal ou visualmente, aquilo que só pode realizar verbalmente, aquilo que só pode realizar visualmente, etc. [...] Com a crescente utilização da representação visual numa enorme variedade de contextos, torna-se cada vez mais urgente ser capaz de formular as mesmas questões críticas em relação às representações quer verbais quer visuais, ou seja, na realidade, em relação às representações em todos os *media* que constituem parte dos textos *multimedia* contemporâneos. (p. 171, grifos do autor)

Desta forma, qualquer indivíduo que deseje ser um bom leitor deve expandir seus horizontes, sendo capaz não apenas de ler as entrelinhas dos textos, mas também das imagens, pois assim como nenhum texto é escrito sem um propósito, ainda que implícito, nenhuma imagem é criada sem um objetivo.

O filme *Tropa de Elite* foi lançado em 2007 e tornou-se campeão de vendas antes mesmo de sua exibição oficial, devido às cópias ilegais vendidas nas principais cidades brasileiras à preços extremamente baixos. *Tropa de Elite 2* foi um grande sucesso de crítica e público e com apenas nove semanas de exibição atingiu a marca de maior bilheteria do cinema brasileiro, com aproximadamente onze milhões de expectadores



O primeiro filme retrata a vida de um capitão da Tropa de Elite brasileira, Capitão Nascimento. O filme é narrado pelo próprio Capitão, que está em busca de um substituto para sua posição no BOPE (Batalhão de Operações Especiais), ao mesmo tempo em que tenta conciliar sua vida pessoal e a liderança de uma operação para prender traficantes e criminosos das favelas, antes da visita do papa João Paulo II ao Rio de Janeiro. O segundo filme acontece dez anos após o primeiro, Nascimento é agora Coronel e posteriormente passa a ser Subsecretário da Inteligência. Nascimento auxilia o BOPE a se aperfeiçoar e atingir melhores resultados na guerra contra as drogas, sem perceber que ao fazê-lo está ajudando seus reais inimigos: a polícia e os oficiais corruptos.

Os pôsteres de divulgação dos filmes Tropa de Elite e Tropa de Elite 2 foram escolhidas como corpora deste trabalho, tendo em vista a repercussão de ambos os filmes, bem como o fato de Tropa de Elite II ter sido o filme com maior arrecadação de bilheteria de todos os tempos no Brasil.

O presente trabalho está subdividido em quatro seções. Na primeira seção é feita uma breve introdução à multimodalidade, seguida da apresentação do corpora deste estudo, e sua motivação. Na segunda seção é apresentada uma a revisão da literatura, com ênfase nos pressupostos teóricos da Gramática do Design Visual (Kress & Van Leeuwen, 1996) e da Análise Crítica do Discurso (Fairclough, 1992). Na terceira seção, os cartazes de divulgação dos filmes Tropa de Elite e Tropa de Elite 2 são analisados, com base nos conceitos apresentados no referencial teórico. Por fim, a quarta seção apresenta as considerações finais desta pesquisa.

2. Referencial Teórico

O presente estudo baseia-se na afirmação que línguas são recursos que simultaneamente criam três tipos de significado: ideacional, interpessoal e textual. (Halliday, 1994). Assim como na língua falada, a fim de compreender como o significado visual é construído em diferentes contextos, esses três significados funcionais são da mesma forma igualmente criados. Com base nas descrições sistêmico-funcionais da gramática da Língua Inglesa (Halliday, 1994), Kress e van Leeuwen (1996) desenvolveram uma versão funcional



correspondente para a gramática visual, onde os significados ideacional, interpessoal e textual são respectivamente relacionados aos sistemas representacional, interativo e interpessoal.

O sistema representacional “constrói verbal e visualmente a natureza dos eventos, objetos e participantes envolvidos, e as circunstâncias nas quais eles ocorrem”; No sistema interpessoal “recursos verbais e visuais constroem a natureza das relações entre falantes/ouvintes, escritores/ leitores e espectadores e o que está sendo observado”; No sistema composicional “os significados estão relacionados à distribuição do valor da informação ou ênfase relativa entre os elementos do texto e da imagem” (Unsworth, 2001, p.72 – minha tradução).

Este estudo também preocupa-se com a relação entre língua e sociedade, com base na teoria da Análise Crítica do Discurso (Fairclough, 1992), que tem como foco a língua em uso, as relações de poder e a mudança social, além de enfatizar a necessidade da consciência crítica do uso da língua, a fim de diminuir desigualdades sociais.

2.1 Significados representacionais, interpessoais e composicionais

Há diversas formas de se retratar uma mesma pessoa, objeto ou lugar. A distância, o ângulo, o plano de fundo, etc., são detalhes que fazem a diferença para quem posteriormente observa a foto e desconhece seu contexto. Qualquer imagem desenhada ou fotografada retrata um ponto de vista dentre muitos que poderiam ter sido mostrados através da mesma imagem sob outro ângulo ou tirada à uma distância maior, por exemplo. Tendo conhecimento do poder que as imagens exercem sobre aqueles que as observam são feitos muitos dos materiais de divulgação, os quais incluem os pôsteres de filmes. Um cartaz retratando apenas o rosto de um casal apaixonado, prestes a se beijar, faz com que o espectador se sinta muito mais próximo daquele evento do que um casal neste mesmo contexto, fotografado à distância, por exemplo. Kress e van Leeuwen (1996), em sua Gramática do Design Visual mostram que imagens não existem somente para serem contempladas, mas são passíveis de análise, pois possuem sujeitos, retratam ações, entre outros aspectos gramaticalmente analisáveis, como em qualquer texto escrito.



No que se refere aos significados representacionais, as imagens podem ser divididas em *narrativas*, quando seus participantes estão envolvidos em uma ação, ou *conceituais*, quando não há ação e os participantes estão posicionados de forma a representar algo. Em representações narrativas os participantes são classificados de acordo com sua função no contexto da imagem. *Processos de ação* são identificados por meio de *vetores* ou ‘linhas de ação’. O vetor parte do participante à quem a ação se direciona, que é chamado de *meta*. Ações que envolvem *ator* e *meta* são chamadas *estruturas transacionais*. As imagens em que não é possível identificar à quem a ação está sendo direcionada, ou seja, onde há ator mas não há meta, são classificadas como *estruturas não-transacionais*. Quando um vetor é formado pela linha do olhar de um ou mais participantes, o processo passa a ser *reacional*, uma vez que deixa de ser uma ação e passa a ser caracterizado como uma reação, o que implica nos participantes passarem a ser chamados de *reatores* ao invés de atores e as metas passarem a ser chamados de *fenômenos*.

Imagens também podem ser classificadas, organizando seus participantes em certas categorias de acordo com as relações que existem entre eles. Desta forma, *taxonomias cobertas* são aquelas nas quais a ordem tem que ser inferida por não estar explícita na imagem, ao passo que nas *taxonomias abertas* é possível identificar quais elementos estão subordinados a quais. (Unsworth, 2001).

Com relação às relações de parte/ todo, o participante que representa o todo é classificado como o *portador*, e suas partes como *atributos possessivos*. As imagens que não apresentam rótulos mas ainda assim constituem uma relação de parte e todo são por classificadas como *imagens analíticas não estruturadas*.

Com relação aos significados interativos Kress e van Leeuwen (1996) afirmam que imagens podem configurar *demandas* ou *ofertas*. Demandas são imagens de pessoas ou animais, nas quais a figura retratada está direcionando seu olhar para o espectador, criando uma relação interpessoal, como se estivesse demandando uma ação. Ofertas, por outro lado, ocorrem quando o participante da imagem não é humano ou quando seu olhar não está direcionado para o espectador, ou seja, não é exigida nenhuma ação por parte do espectador, apenas a contemplação da imagem (Unsworth, 2001).



A distância social é outro fator relevante abordado por Kress e van Leeuwen (1996) em sua Gramática do Design Visual. De acordo com Unsworth (2001), a distância que as pessoas mantêm umas das outras ao interagir baseia-se no tipo de relação que existe entre elas. Desta forma, duas pessoas que são amigas tendem a manter maior proximidade física durante a interação, de forma que o campo de visão seja apenas o rosto uma da outra. Da mesma maneira, duas pessoas que não têm muita intimidade tendem a manter uma distância que possibilita visualizar o corpo inteiro uma da outra. Entre estes dois extremos estão as relações de menor ou maior afinidade, nas quais os indivíduos que estão interagindo são capazes de visualizar cabeça e ombros uns dos outros, ou da cintura para cima, dependendo do nível de sua relação. As distâncias sociais foram a base para as definições dos planos das imagens, que são *primeiro plano* ou *plano fechado (close-up)*, *plano médio (medium-shot)* e *plano aberto (long-shot)*, além das posições intermediárias entre elas. A escolha por um determinado plano faz parte da construção de uma relação imaginária entre o(s) participante(s) e quem os está observando. (Unsworth, 2001).

O ponto de vista do qual a imagem será retratada também é um fator a ser analisado e levado em consideração pelas pessoas responsáveis pelas imagens, especialmente nos casos em que estas têm como principal objetivo persuadir as pessoas a comprar algum produto ou aguçar sua curiosidade a respeito de algo, como é o caso dos cartazes de divulgação de filmes. O ângulo do qual a foto é tirada ou a imagem é apresentada pode ser *frontal* ou *alinhado*, se o participante é retratado como se estivesse de frente para o espectador, ou *oblíquo*, se o ângulo da imagem e do espectador não forem paralelos. Unsworth (2001) afirma que o ângulo frontal sugere ‘máximo envolvimento’ entre participantes e espectador, como se ambos estivessem alinhados, enquanto o ângulo oblíquo possui o efeito contrário, ou seja, uma imagem retratada deste ângulo sugere que o mundo do participante e o mundo do espectador não coincidem, uma vez que este ângulo indica ‘destacamento’.

As relações de poder entre os participantes e deles com relação ao espectador também podem ser analisadas por meio da Gramática do Design Visual. Os ângulos dos quais as imagens podem ser retratadas são *elevado (high angle)*, *baixo (low angle)* e *no nível da linha do olhar (eye level)*. O ângulo baixo é aquele onde o espectador parece estar olhando para o participante de cima para baixo, como se exercesse poder sobre ele. O ângulo alto é o inverso, com o participante olhando para baixo, como se fosse superior ao espectador. Já o ângulo da



linha do olhar, como o nome já diz, é aquele que representa a igualdade, pois ambos estão no mesmo nível (Unsworth, 2001).

O realismo pode ser representado nas imagens de diversas formas, como por exemplo pela cor, iluminação, detalhes, contexto, etc. Dependendo da qualidade da imagem ela pode ser considerada mais ou menos naturalística, mais ou menos real (a este conceito de credibilidade dá-se o nome de *modalidade*). De acordo com Unsworth (2001) a cor é o item de maior influência na modalidade de uma imagem, de forma que fotos com maior saturação de cor serão consideradas mais realistas do que fotos em preto e branco, por exemplo.

Os significados composicionais podem ser representados pelo valor da informação apresentada, seu enquadramento e sua saliência. O valor da informação se refere ao posicionamento dos elementos na imagem, distribuídos entre direita e esquerda, parte superior e inferior, e centro e margem. Com relação ao *layout*, aquilo que é posicionado do lado esquerdo (*dado*) tende a ser informação já conhecida pelo espectador, enquanto o que é apresentado do lado direito (*novo*) tende a ser informação nova. Segundo Unsworth (2001) este é um reflexo da lingüística sistêmico-funcional, onde o *dado* equivale ao *tema* e o *novo* à *rema*. Este padrão de apresentação de informações reflete a direção da leitura ocidental, pois como lê-se da esquerda para a direita, existe uma tendência a olhar primeiro para a imagem à esquerda da tela, que sendo uma informação já conhecida pode dar embasamento para que o leitor/ espectador compreenda a informação nova, à direita.

O *layout* da imagem também pode refletir a dicotomia *ideal vs. real*, onde aquilo que é posicionado na parte superior simboliza algo idealizado, abstrato, enquanto a imagem retratada na parte inferior corresponde a algo concreto, real (Unsworth, 2001). Ainda com relação ao *layout*, a centralização é outro fator a ser analisado. O elemento posicionado no centro é chamado de *centro*, por ser o núcleo da informação, enquanto os demais elementos são denominados *margens* e são subordinados ao Centro. (Unsworth, 2001).

O *enquadramento* refere-se à maneira como os elementos da imagem estão ou não conectados. Elementos completamente desconectados são denominados *fortemente enquadrados*, já os elementos considerados integrados, como se fizessem parte de um mesmo todo, são chamados de *fracamente enquadrados*. Unsworth (2001) afirma que “Quanto mais



fortemente enquadrado um elemento está, mais ele é ressaltado como uma informação distinta (p.109).

A *saliência* de uma imagem pode ser observada no tamanho, cor, contraste, centralização, etc. de um elemento da imagem com relação aos demais. Aquilo que é mais saliente é aquilo que chama mais a atenção na imagem, o elemento para o qual os olhos se direcionam em primeiro lugar. De acordo com Unsworth (2001), a saliência indica a direção da leitura, então os elementos mais salientes serão lidos primeiro, seguidos pelos demais.

3. Análise visual dos pôsteres de divulgação dos filmes

Os cartazes de divulgação dos filmes *Tropa de Elite* e *Tropa de Elite 2* serão analisados seguindo os conceitos apresentados na seção anterior, com base em Kress e van Leeuwen (1996) e Unsworth (2001). Sempre que possível também serão apresentados apontamentos com base na Análise Crítica do Discurso de Fairclough (2002).

3.1 *Tropa de Elite* (2007)

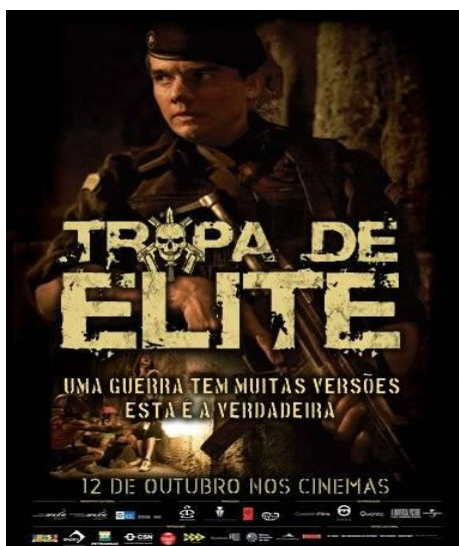


Figura 1 - Cartaz de divulgação do filme *Tropa de Elite* (2007)



Com relação aos **significados representacionais**, o pôster do filme Tropa de Elite (Figura 1) pode ser categorizado como uma *representação narrativa*, mostrando uma *ação não-transacional*, onde Capitão Nascimento é o *ator* e não há *meta*, pois não é possível ver para quem ou o que ele está olhando. A imagem menor, na parte inferior do cartaz também é *não-transacional*, pois os *atores* estão executando a ação de atirar, mas não existe *meta*, ou seja, não há participante aparente para o qual a ação é direcionada.

A imagem também pode apresentar um *processo reacional não-transacional*, uma vez que a linha do olhar do capitão forma um *vetor*. Nascimento é então classificado como *reator* e não há *fenômeno*, pois não é possível identificar para quem ou o que ele está olhando.

Com relação aos **significados interativos**, o pôster é uma *oferta*, pois o Capitão Nascimento está olhando diretamente para o *espectador (viewer)* e a representação da imagem é oferecida de forma impessoal para sua informação e contemplação.

De acordo com Unsworth (2001), a distância que as pessoas mantêm umas das outras ao interagir baseia-se no tipo de relação que existe entre elas. No cartaz de divulgação de Tropa de Elite, o Capitão é apresentado da cintura para cima, o que retrata uma relação social imaginária de relativa proximidade entre ele e o espectador, sem que o nível desta relação seja íntimo ou muito pessoal. Essa distância é apropriada levando-se em consideração que ele é um policial do BOPE e espera-se que estes profissionais tenham algum tipo de relacionamento com a população, mas não a nível pessoal. O *plano médio (medium shot)* é característico de relações sociais efêmeras e a escolha do mesmo retrata o Capitão Nascimento como não sendo intimamente próximo do espectador.

O ângulo horizontal do qual Capitão Nascimento é fotografado é *frontal*, o que sugere máximo envolvimento, de forma que o mundo do espectador se assemelha ou faz parte do mundo do capitão. Por outro lado, os homens retratados na parte inferior do cartaz foram fotografados de um ângulo *oblíquo*, o que indica que o mundo dos criminosos e o mundo do espectador não coincidem. O contraste entre as duas imagens, Capitão Nascimento de um ângulo frontal e os criminosos de um ângulo oblíquo, pode inclusive antecipar aspectos relacionados ao filme, onde o capitão é representado como parte do mundo dos espectadores, mas os criminosos não.



O ângulo do qual Nascimento foi fotografado é um *ângulo baixo*, como se o espectador estivesse posicionado abaixo dele, olhando para cima, sendo retratado como se tivesse poder sobre o espectador. Os criminosos foram fotografados deste mesmo ângulo, o que mostra que no filme não apenas a polícia, mas também os criminosos são poderosos.

A alta saturação das cores do cartaz corrobora com a representação da *modalidade* (realismo/ credibilidade) do mundo material que representa. A contextualização da imagem também influencia a modalidade naturalística da figura. No pôster Capitão Nascimento parece estar em frente a um muro, como se estivesse em uma ação da polícia, enquanto os criminosos são representados no meio de um conflito armado em uma favela, contribuindo para a alta modalidade da imagem.

Com relação aos **significados composicionais**, Kress and van Leeuwen (1996) afirmam que aquilo que é apresentado do lado esquerdo da página constitui informação de maior familiaridade ao espectador, enquanto informações novas são apresentadas na parte direita. No pôster do filme, mesmo que o tamanho da imagem seja muito menor e portanto possivelmente não se enquadre nesta definição (os olhos tendem a visualizar primeiro o que possui maior saliência, independente do lado em que é apresentado), é importante ressaltar que os criminosos são apresentados do lado esquerdo da imagem, uma vez que a criminalidade é algo já familiar à população brasileira. O capitão do BOPE, por sua vez, é apresentado em tamanho maior e de forma centralizada, indicando que é o centro e o elemento mais importante da informação.

Kress and van Leeuwen (1996) também salientam que o segmento apresentado no topo da página simboliza o que é *ideal*, enquanto aquilo que é apresentado na parte inferior caracteriza o que é *real*. Na imagem em questão, Nascimento ocupa praticamente todo o cartaz, mas está mais concentrado na parte superior, o que significa que ele é o policial idealizado, pois é bonito, forte e honesto. Os bandidos por sua vez são apresentados na parte inferior da página, indicando que a violência e criminalidade nas favelas é a informação concreta (*real*) apresentada na imagem.

Com relação ao *layout* do pôster, Capitão Nascimento é o *centro*, uma vez que está posicionado na parte central da imagem, sendo considerado o núcleo da informação. A



pequena imagem dos criminosos é a *margem*, o elemento secundário, subordinado a ou dependente do *centro*.

Como os elementos de ambas as imagens apresentadas no pôster parecem estar integrados, eles são considerados *fracamente enquadrados (weakly framed)*. A conexão entre as imagens é obtida pela superimposição das imagens, a qual cria coesão interna e indica que ambas fazem parte de uma única unidade de informação.

A *saliência* da imagem pode ser observada em diversos aspectos, como o tamanho do Capitão Nascimento se comparado aos criminosos, o fato de esta imagem estar superimposta à outra, sua centralização, o contraste das cores, o fato de ser o elemento para o qual os olhos se direcionam primeiro no curso da leitura, entre outros.

No que se refere ao título do filme, este pode ser considerado atrativo, escrito com fonte apropriada, como se as letras tivessem marcas de tiros. A letra *o* de *tropa* é representada pelo símbolo do BOPE, que é uma caveira transpassada por uma espada e duas armas. O *slogan* também é muito chamativo, convidando o espectador a descobrir a verdadeira versão da guerra sendo apresentada.

3.2 Tropa de Elite 2 (2010)



Figura 2 - Cartaz de divulgação do filme *Tropa de Elite 2*



Com relação aos **significados representacionais**, o pôster de divulgação de Tropa de Elite 2 (Figura 2) mostra uma *representação narrativa*, tendo Nascimento (que passa a ser coronel) como o *ator* de um *processo não-transacional*. Ele aparenta estar refletindo sobre algo antes de dar as instruções, mas não é possível visualizar a *meta* desta ação. A imagem ao fundo mostra os integrantes da tropa de elite, os quais são subordinados à Nascimento. A diferença entre este cartaz e o do primeiro filme é que Nascimento agora compartilha o cartaz com outro *ator* saliente, o qual está posicionado na parte inferior da imagem, em outro ambiente, também desempenhando uma ação. Mathias é integrante da tropa de elite e é retratado apontando sua arma para alguém em um lugar que aparenta ser uma prisão. Olhando para ambas as imagens representadas é possível inferir que Nascimento está falando com Mathias, dando ordens para que este invada a prisão, contudo, por se tratarem de imagens distintas, esta suposição não pode ser confirmada.

A imagem também retrata um *processo reacional não-transacional*, uma vez que um vetor é formado pela linha do olhar de Nascimento. O coronel é classificado como um *reator* e não existe *fenômeno*, pois não é possível identificar para que ou o que ele está olhando.

Neste cartaz é possível identificar os participantes como sendo parte de um grupo (Batalhão de Operações Especiais), e Nascimento como o comandante, sendo esta imagem classificada como uma *taxonomia coberta*, uma vez que sua categoria não está explícita na imagem, apesar de ser possível inferir por meio da representação dos participantes subordinados.

Com relação aos **significados interativos**, como o olhar e a arma do Mathias estão direcionados diretamente para o espectador, tal imagem é classificada como uma *demand*, como se o personagem estivesse exigindo uma ação por parte de quem está observando. Por outro lado, na parte superior do pôster, onde Nascimento está conversando com alguém, não é possível visualizar tal relação interpessoal com o espectador, portanto a imagem em si é categorizada como uma *oferta*, uma vez que não se exige nada do espectador além da contemplação.

Ambos os participantes representados no cartaz, Nascimento e Mathias, são retratados de um *ângulo médio*, o que sugere que existe uma relação social entre eles e o espectador, sendo que tal relação não é muito íntima ou pessoal, mas também não é distante.



O ponto de vista do qual os participantes são fotografados é diferente; Nascimento é apresentado de um *ângulo oblíquo*, o que indica deslocamento, sugerindo que seu universo e o do espectador não se assemelham. Mathias, por outro lado, é apresentado de um *ângulo frontal*, o que sugere máximo envolvimento com o espectador e seu mundo.

As relações de poder também podem ser visualizadas no pôster de divulgação de Tropa de Elite 2. As diferenças em tais relações podem ser vislumbradas pela forma como os dois participantes foram mostrados no cartaz. Enquanto Nascimento é mais uma vez retratado de um *ângulo baixo*, indicando que ele exerce poder sobre seus subordinados e inclusive sobre o espectador, Mathias é retratado ao *nível da linha do olhar*, indicando que existe um senso de igualdade entre ele e o espectador.

As cores utilizadas são escuras, com exceção do corredor da prisão, que é bem iluminado. O pôster apresenta *modalidade naturalística*, a qual é influenciada pela contextualização da imagem, que mostra Nascimento comandando seu pelotão e Mathias em ação dentro da prisão.

Os **significados composicionais** são representados no cartaz pelo paradoxo *real vs. ideal*. Assim como no pôster do primeiro filme, Coronel Nascimento está posicionado na parte superior, como o comandante ideal de um pelotão, enquanto Mathias está posicionado na parte inferior do cartaz, em meio a uma ação do BOPE, representando as reais atribuições de um policial brasileiro, o qual às vezes precisa colocar sua vida em risco para trazer segurança para os cidadãos.

O pôster apresenta duas imagens *fracamente enquadradas (weakly framed)*, pois ambos os elementos do *layout* do grupo estão conectados, apesar de estarem desempenhando diferentes ações em diferentes lugares. As imagens também estão interligadas por meio de um efeito visual que dificulta assegurar onde a imagem superior termina e onde a imagem inferior efetivamente começa, como se elas fizessem parte de um só todo.

A *saliência* do pôster pode ser observada no tamanho dos participantes com relação ao *layout*, sua centralização e localização, bem como no contraste das cores escuras da imagem com a cor clara das luzes do corredor da prisão. O título do filme mantém o mesmo



formato do primeiro, com as letras parecendo ter sido alvejadas por balas e a letra *o* tendo sido substituída pelo símbolo do BOPE. Neste cartaz, contudo, a fonte das letras é menor e há o número “2” indicando que o filme é uma sequência. O *slogan* mantém a ideia de guerra trazida no primeiro filme, apenas acrescentando que “O inimigo agora é outro”. Esta frase leva ao questionamento sobre quem são os novos inimigos, se não os criminosos retratados no primeiro filme, sendo que o fato de o *slogan* afirmar que o inimigo *agora* é outro implica que existia outro inimigo anteriormente, criando uma relação de cumplicidade e proximidade com o público que viu o primeiro filme e compartilha o conhecimento sobre quem eram os inimigos até então.

Mathias e os oficiais do BOPE estão apontando suas armas para o espectador, como se estivesse convidando-o a participar daquela ação, ou até ameaçando o público para que assista ao filme. O rosto preocupado de Nascimento também é uma forma de deixar o público curioso para saber o que o levou a tal preocupação e querer assistir à sequência, uma vez que no primeiro filme Nascimento foi retratado como sendo invencível e inabalável.

Com base nos conceitos da Análise Crítica do Discurso é possível afirmar que ambos os cartazes retratam uma imagem estereotipada dos oficiais de polícia brasileiros, bem como dos criminosos. Também é possível visualizar as relações de poder e hierarquia presentes no Batalhão de Operações Especiais.

4. Considerações finais

O presente trabalho buscou analisar os significados representacional, interativo e composicional presentes nas capas de divulgação dos filmes *Tropa de Elite* e *Tropa de Elite 2*. O arcabouço teórico selecionado mostrou-se eficaz na análise visual do corpora, comprovando que os elementos multimodais são capazes de produzir significados. Pôde-se observar que ambos os pôsteres foram elaborados de modo a aproximar o público em potencial dos participantes retratados nas imagens. O plano utilizado, o ângulo escolhido, as cores, a saliência, dentre outros elementos previamente discutidos, colaboraram para que os cartazes



dos filmes atingissem seu objetivo principal, que era levar o público ao cinema, por meio da criação de uma relação de proximidade com relação aos personagens.

A importância da análise visual em um mundo multimodal é inegável, especialmente devido ao fato de que para ocupar uma posição mais ativa na sociedade é preciso aprender a ler com criticidade, não apenas textos, mas também imagens. Saber que os elementos não são posicionados na página aleatoriamente ou sem intenção é o primeiro passo para a construção de leitores mais críticos, que não apenas absorvem, mas questionam e refletem a respeito do que leem.

Observou-se, através da análise visual dos cartazes de divulgação dos filmes *Tropa de Elite* e *Tropa de Elite 2* que ambos apresentam uma relação desigual de poder entre o Capitão/Coronel Nascimento e os demais participantes (Capitão André Mathias, o batalhão do BOPE e os traficantes). Também foi possível verificar que ambos os pôsteres retratam Nascimento como modelo ideal de capitão/coronel, ao mesmo tempo em que o aproxima do espectador por meio dos ângulos e planos das imagens. Deste modo, foi possível encontrar evidências de que as imagens foram projetadas de forma a aproximar o espectador dos policiais, com o intuito de induzi-los a assistir aos filmes para descobrir o que acontece com aqueles personagens.

Referências

- FAIRCLOUGH, Norman. **Discourse and Social Change**. Cambridge: Blackwell, 1992.
- HALLIDAY, Michael. **An Introduction to Functional Grammar**. 2nd ed. London: Edward Arnold, 1994.
- KRESS, Gunther; LEEUWEN, Theo van. **Reading Images: the grammar of visual design**. 2nd ed. New York: Routledge, 2006.
- Unsworth, Len. **Teaching multiliteracies across the curriculum: changing context of text and image in the classroom practice**. Buckingham, UK: Open University, 2001.
- LEEUWEN, Theo van. A representação de actores sociais. In: PEDRO, Emília Ribeiro (Org.). **Análise crítica do discurso: uma perspectiva sociopolítica e funcional**. Lisboa: Caminho, 1997, p. 169-222.