

## **Incríveis carros de corrida e seu movimento-cristal: poética da imagem automobilística de Géó Ham**

*Rafael Duarte Oliveira Venancio<sup>1</sup>*

---

1 Doutor em Meios e Processos Audiovisuais pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). É professor do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação na Universidade Federal de Uberlândia (UFU). [rdovenancio@gmail.com](mailto:rdovenancio@gmail.com).

## Resumo

O presente artigo deseja observar como os cartazes de corridas de carros, notadamente os desenhados pelo artista francês Géo Ham, conseguem engendrar, em sua poética da imagem automobilística, um tipo de imagem estática que faça menção ao movimento de forma quase cinematográfica, chamada aqui de movimento-cristal. Utilizando-se o arcabouço teórico de Gilles Deleuze e do Groupe  $\mu$ , o objetivo aqui é verificar como essas *mise en scènes* postas pelos cartazes são construções *portemanteau* que unem em uma representação imagética tanto a imagem-movimento, como a imagem-tempo e, o mais importante, que esse *portemanteau* é a representação gráfica do movimento-cristal e crucial para o pensamento de uma poética das artes imagéticas focadas no automobilismo e no esporte.

## Palavras-chave

Automobilismo, poética das imagens, cartaz, Géo Ham (1900-1972).

## Abstract

This article wants to observe how the car racing posters, notably those drawn by French artist Géo Ham, can engender, in his poetic image of the automobile, a kind of static image that mentions the almost cinematic form of movement, called here moving-crystal. Using the theoretical framework of Gilles Deleuze and Groupe  $\mu$ , the goal here is to see how these posters' *mise en scènes* are *portemanteau* constructions that unite in a imagetic representation both movement-image as the time-image and, most important, that *portemanteau* is the graphical representation of the movement-crystal and it is crucial to the poetic thought of imagery arts focused on racing and sports.

## Keywords

Auto racing, poetics of images, poster, Geo Ham (1900-1972).

*Ao mestre da poética das imagens e amante dos esportes, Eduardo Peñuela Cañizal*

Mônaco, 8 de agosto de 1937. Em um cartaz com letras geométricas, essa era a única informação escrita no cartaz. O que aconteceria nesta data no principado? Com o laranja-ocre dos prédios litorâneos e o azul tradicional do Mediterrâneo, o cartaz mostrava carros vermelhos, pratas e azuis disputando posições, soltando fumaça, derrapando, "cantando" pneu. A geometrização se une a um movimento constante. Impossível ver não ver estes carros, em tese estáticos, em movimento. O cartaz era apenas uma antecipação do que estaria por vir no *Grand Prix* de Mônaco em 1937, vencido por Manfred Von Brauchitsch, em sua Mercedes W125, naquela que seria a última corrida do principado, que só veria novos carros duelando em suas ruas em 1948.



Figura 1: cartaz do *Grand Prix* de Mônaco, Géo Ham, 1937

Na figura 1, vemos a cena descrita no primeiro parágrafo desse texto, um cartaz concebido por um dos mestres da arte automotiva: Géo Ham. Em tempos de *Art Déco*, os carros se tornavam o paradigma ideal para demonstrar as ideias de modernidade evocadas pelo movimento artístico. Com isso, em um mundo em movimento, os cartazes da *Art Déco* representavam o movimento.

Vemos assim que há, aqui, uma condição poética das imagens. Carros que não se mexem, acabam por mexer em nossas mentes. O real (corrida) se confunde com o virtual (cartaz) e o virtual acaba pautando a expectativa do que o real irá mostrar. Verificar quais são os mecanismos utilizados para tal tarefa é a proposta do presente artigo.

Com arcabouço teórico na Poética das Imagens, com enfoque em Gilles Deleuze e Groupe  $\mu$ , a reflexão aqui se concentrará em um *corpus* de cartazes formado por cinco exemplares desenhados por Géo Ham, a saber em ordem temporal: *Grand Prix* de Nimes (16/05/1932 – figura 2), *Grand Prix de l'ACF* (23/06/1935 – figura 3), *Grand Prix de Mônaco* (08/08/1937 – figura 1), *Grand Prix* de Paris (24/04/1949 – figura 4) e *12 Heures Internationales* de Reims (03-04/07/1954 – figura 5). Tendo o conceito, aqui posto, de *movimento-cristal* enquanto central, o trabalho fará uma breve reflexão teórica acerca da arte automotiva e a divulgação das corridas de carros, da criação do cartaz de propaganda e da metodologia deleuziana e metassemêmica para depois proceder à descrição e as análises das estratégias promotoras da poética presente nestes cartazes de automobilismo.

### **Há quem corra de carro, há quem desenha/filma carros correndo**

Antes de existir a Fórmula Um, existia o *Grand Prix*. E quando nasce o *Grand Prix*, ele já nasce velho. Afinal, o primeiro *Grand Prix* a ganhar tal nome foi o francês, de 1906, realizado em Le Mans que teve o curioso nome oficial de *Nono Grand Prix* do *Automobile Club de France*.

Isso acontece pois os jornais franceses e o próprio ACF quiseram inventar uma tradição, "um ficção saída simplesmente do desejo infantil de estabelecer o

*Grand Prix* deles como a corrida mais antiga do mundo” (HODGES, 1967, p. 3). Assim, o primeiro “*Grand Prix*” se torna a corrida Paris-Bordeaux-Paris de 1895, que de fato foi uma pioneira, porém difícil demarcá-la enquanto primeira corrida de carros à moda do *Grand Prix*.

Nesse começo, franceses e ingleses, com sua Taça Gordon Bennett, lutavam para decidir quem fazia os melhores carros e pilotos, uma briga de pioneirismos. A grande ironia é que, no primeiro *Grand Prix*, de fato, da história, o de 1906, quem ganhou foi um húngaro, Ferenc Szisz, com um carro francês, um Renault. Szisz era mecânico da fábrica francesa, cujo proprietário, Louis Renault, desistiu de correr após a morte do seu irmão Marcel na corrida Paris-Madrid de 1903.

Só que o automobilismo não era feito apenas por corredores e mecânicos. Havia também outras funções apaixonadas pela tecnicidade que o esporte envolvia. Eis aqui o começo da Comunicação Esportiva e seu principal braço: o Jornalismo Esportivo. Dessa forma,

Antes de tudo, o Jornalismo Esportivo é um jornalismo técnico. De números, de fatos, de jogo e de dinâmicas próprias. Possui suas interfaces com a História, com a Sociologia e com a Economia, mas sua atividade-fim é relatar o jogo, opinar de acordo com os parâmetros postos e entrar na lógica de interesse público que o esporte demanda (VENANCIO, 2014, p.2).

Enquanto jornalismo técnico, o Jornalismo Esportivo também é promotor do esporte. Isso fica claro no começo da história do *Grand Prix*. Muito mais do que noticiar, pode-se até dizer que o Jornalismo Esportivo “criou” o automobilismo enquanto esporte:

Em abril de 1887, apenas dois anos depois de Gottlieb Daimler e Karl Benz mostrarem os seus veículos automóveis na Alemanha, e quatro anos antes de Benz iniciar com 50 operários a fabricação de carros para venda a público, o jornal *Le Velocipède* promoveu uma “corrida” pelas ruas de Paris numa forma de publicitar as novas máquinas (SANTOS, 2003, p. 13).

*Le Vélocipède* era um dos jornais esportivos franceses na tradição do *Le Vélocipède Illustré*, fundado por aquele que é considerado o primeiro jornalista esportivo da França, Richard Lesclide. Esses jornais misturavam o esporte com a política de seu pai, sendo todos engajados no caso Dreyfus.

A saída patriótica liderada por Victor Hugo fez jornais tais como o *Le Vélo*, curiosamente feito por ex-funcionários do *Le Petit Journal*, fecharem por antissemitismo. Com isso, abriu espaço para o crescimento do *L'Auto*, que além de fomentar o automobilismo, criou a prova de ciclismo mais famosa do mundo: *Tour de France*. Deste universo primeiro francês, o *L'Auto* foi o único que sobreviveu sob o nome do atual *L'Équipe*.

Essa tradição de jornais promotores de eventos automobilísticos saiu da França para invadir a Europa. Enquanto na Inglaterra e nos Estados Unidos isso ficava a cargo de jornais gerais, tal como o *Daily Mail* e o *Chicago Times-Herald*, na Itália que, em pouco tempo, se tornaria o centro dos *Grand Prix*, a tradição de fomento, tanto nas corridas de carro como de bicicletas, ficou nos jornais esportivos. Desses, o maior destaque vai para o *La Gazzetta dello Sport*, o jornal esportivo mais antigo em funcionamento na atualidade.

Os jornais esportivos transformavam o automobilismo, antes de tudo, em uma atividade cultural, digna da aristocracia. Com isso, o esporte começou a ser mais um componente da *Belle Époque* (e com isso, também, do *fin-de-siècle*) e um herdeiro permanente dessa ideologia, transmutada na alcunha da *Golden Age*, até a Segunda Guerra Mundial.

Assim, a Comunicação Esportiva do esporte automotor abraçava para si elementos estéticos desse movimento. Entre eles, está o *affiche*, o cartaz de divulgação, material indispensável para a publicização de qualquer evento dessa época. E para o *Grand Prix* não foi diferente.

Corridas de carros foram elevadas a um *status* quase mítico por inúmeros cartazes inesquecíveis e eles nos oferecem uma ilustração histórica desse confronto. Desde a primeira dessas corridas mais famosas, e continuando através dos feitos dos pilotos mais afamados

que estabeleceram o prestígio para os fabricantes para os quais corriam, o cartaz acompanhou e celebrou os feitos desses novos heróis da era moderna e ajudou a criar a lenda do carro (LOPEZ, 2014, p. 9).

Esses cartazes, bons frutos de seu tempo, eram bem marcados pelo confronto entre *Art Nouveau* e sua reação, a *Art Déco*. Aliás, podemos até mesmo colocar essa briga dentro do papel imagético que o cartaz dentro do desenvolvimento da técnica imagética do século XX, marcada tanto pela fotografia como pelo cinema. Enquanto construção poética, o cinema talvez seja o mais influenciado pelo *affiche* e o próprio *affiche*, que no nosso caso é o de automobilismo, influenciado pelo dinamismo posto pelo nascente audiovisual.

### **Cartaz e Cinema: Irmãos móveis e degenerados**

Para entender a ligação do cartaz com o cinema, é preciso saber um nome e um nome apenas: Jules Chéret.

O pôster foi inicialmente uma ferramenta comercial crua, um anúncio em preto e branco com uma imagem altamente esquemática ou simplesmente nada. Com a emergência do cartaz colorido nas décadas iniciais da Terceira República, no entanto, ele se desenvolveu em um meio sofisticado; na metade dos anos 1880, os cartazes começaram a ser coletados por amantes da estética e comentados entusiasmadamente por críticos de arte. Essas mudanças foram amplamente atribuídas aos esforços de um único homem, o artista Jules Chéret, que logo virou referência. Por um tempo, o trabalho de Chéret e cartaz eram virtualmente sinônimos” (VERHAGEN, 1995, p. 103).

Mestre da *Belle Époque* e de sua *Art Nouveau*, Chéret – identificado especialmente com seu desenho de mulheres postas enquanto ninfas aéreas e sedutoras em qualquer um de seus cartazes, as *chérettes* – dá uma visibilidade nunca antes pensada para os eventos da aristocracia e, especialmente, da burguesia: uma visibilidade estética digna da Pintura da Alta Cultura.

O cartaz se torna uma possibilidade de arte móvel, acessível e dignamente popular. Para Verhagen (1995, p. 116), inclusive, ele se torna o pioneiro da “perda da aura” descrita por Walter Benjamin. Perda da aura essa cuja maior

identificação é com a invenção do cinema. Assim, a *Art Nouveau*, com os cartazes de Chéret, acaba ganhando o gosto estético das ruas de Paris, com suas galerias e passagens, e o cinema se inspira claramente nisso. Ambas desejam, tal como Verhagem descreve na totalidade de seu artigo, serem móveis e degeneradas.

No entanto, ao contrário das aéreas *chérettes*, o cinema era verdadeiramente uma imagem móvel. Enquanto a *chérette* do cartaz do Moulin Rouge era uma representação estática de uma dança, sem sensação de movimento, o cinema podia mostrar toda a ação da cena boêmia francesa, a dança e o fervor.

Isso aos poucos inspira uma reação à *Art Nouveau*, a *Art Déco* e sua ampla busca por linhas de movimento, geometrização. Inclusive, os filmes mais de vanguarda tiveram não só seus cenários pensados em *Art Déco*, mas também seus cartazes. Basta pensar no *Metropolis*, de Fritz Lang (1927).

Com isso, o cartaz da *Art Déco* apresenta uma imagem que possui um quê cinematográfico. A isso chamaremos de *movimento-cristal*, cuja reflexão só pode ser feita em termos dos estudos da imagem e do cinema feitas por Gilles Deleuze.

### **Movimento-cristal: a amálgama cinematográfica nos cartazes em movimento**

Gilles Deleuze acreditava que o cinema é uma forma de pensamento, onde não há pensamento conceitual, mas sim por imagens.

Daí a primeira grande tese de Deleuze ao elaborar uma classificação das imagens cinematográficas: o cinema pensa com imagens-movimento e imagens-tempo, as primeiras caracterizando o cinema clássico, as segundas, o cinema moderno (MACHADO, 2009, p. 247).

As imagens-movimento são estudadas a partir da classificação de Peirce e de uma reflexão calcada nas três teses de movimento de Henri Bergson, a quem Deleuze destina a paternidade tanto da imagem-movimento, quanto da imagem-tempo. Dessa forma, a imagem-movimento recebe características das categorias universais traçadas por Peirce que são, tal como foi dito, a Primeiridade, a Segundidade e a Terceiridade.



Começamos pela Primeiridade. Em um breve resumo em suas *Conferências sobre pragmatismo*, Peirce (1980, p. 25) resume a Primeiridade ou Categoria-Primeiro enquanto “a Ideia daquilo que é independente de algo mais. Quer dizer, é uma *Qualidade* de Sensação”. Uma explicação mais elaborada é que a Primeiridade

corresponde a tudo aquilo que é imediatamente positivo em si mesmo, sem nenhuma relação ou necessidade de representação. São as qualidades puras (enquanto elas próprias e não enquanto representadas na mente). A primeiridade pura está presente em todas as coisas, pois é a fonte primitiva, necessariamente incorporada, em tudo o que existe ou se distribui. Ela é indefinida, fresca, original, espontânea, livre e vívida (ROMANINI, 2006, p. 81).

A Primeiridade da imagem-movimento, para Deleuze, é a imagem-afeição. Uma imagem-afeição é, por exemplo, o grande plano de um rosto ou a cena de um precipício. Deleuze a bem explica com uma cena de *A caixa de Pandora* (1929), de G. W. Pabst:

Há Lulu, a lâmpada, a faca do pão e Jack o Estripador: pessoas supostamente reais com caracteres individuados e papéis sociais, objetos com as suas utilidades, conexões reais entre esses objetos e essas pessoas, em suma, todo um estado de coisas atual. Mas há também o brilho da luz na faca, o gume da faca sob a luz, o terror e a resignação de Jack, a meiguice de Lulu. Isso são puras qualidades ou potencialidades singulares, puros “possíveis” de certo modo (DELEUZE, 2009, p. 159).

No entanto, o mundo da Primeiridade da imagem-movimento, que é a imagem-afeição, é um mundo idealista. Só que o mundo do automobilismo é de um movimento actante, não ideal. Eis aqui então a segunda categoria: a imagem-ação. Ora, a imagem-ação é, simplesmente, a segundidade da imagem-movimento. Para explicitar isso, retornemos às categorias universais propostas pela semiótica peirciana.

Ora, para Charles S. Peirce (1980, p.25), a Segundidade ou Categoria-Segundo “é a Ideia daquilo que é, como segundo para algum primeiro,

independente de algo mais, em particular independente de *Lei*, embora podendo ser conforme uma Lei. O que é dizer, é *Reação* como um elemento do Fenômeno". Uma definição mais clara é que a Segundidade

é qualquer experiência irracional do mundo, em que um objeto se apresenta de maneira pungente, sem considerar nossa vontade ou expectativa. É puro choque (o "outward clash"), um "isto" sem qualificação, pura individualidade. A segundidade pura envolve sempre resistência, reação, força bruta, compulsão, interrupção, intrusão. Em 1885, Peirce encontrou sua melhor definição de segundidade genuína na filosofia escolástica de Duns Scotus, que define a *Haeceitas* como um "aqui e agora" (*hic et nunc*) da experiência (ROMANINI, 2006, p. 82).

Eis aqui a imagem de carros correndo, de pilotos desafiando o perigo com curvas. Vemos, então, que a imagem-ação é a essência, também, da imagem de automobilismo. No entanto, se é isso que é observado na corrida fílmica *per se*, não é só isso que encontramos. Há também aqui o domínio da Terceiridade.

Esse conceito peirceano, utilizado por Deleuze na sua divisão tripartite da imagem-movimento, abarca "as ideias de representação, mediação, ordem, generalidade, lei, hábito, necessidade e inteligência" (ROMANINI, 2006, p. 83). Sua relação com as demais categorias instaura uma espécie de dialética:

Peirce insiste no seguinte ponto? Se a primeiridade é "um" por si mesma, a segundidade dois e a terceiridade três, é forçoso que, no dois, o primeiro termo "retome" à sua maneira a primeiridade ao passo que o segundo afirma a segundidade. E, no três, haverá um representante da primeiridade, um da segundidade, e o terceiro afirmará a terceiridade. Há portanto não simplesmente 1,2,3, mas 1,2 em 2 e 1, 2, 3 em 3 (DELEUZE, 2009, p. 290).

Dessa forma, no escopo da imagem-movimento, tal como imagem-ação instaura uma afirmação perante a imagem-afeição, a Terceiridade da imagem-movimento fará o mesmo acerca das demais. A essa Terceiridade da imagem-movimento, será dado o nome de imagem-mental. Um exemplo disso ocorre nos Irmãos Marx (1935-1949):

Os Marx, por fim, são o 3. Os três irmãos repartem-se de forma tal que Harpo e Chico estão quase sempre juntos, surgindo Groucho por sua vez para entrar numa espécie de aliança com os outros dois. Considerados no conjunto indissolúvel dos três, Harpo é o 1, o representante dos afetos celestes, mas já também das pulsões infernais, voracidade, sexualidade, destruição. Chico é 2, é ele que se encarrega da ação, é dele a iniciativa, o duelo com o meio, a estratégia do esforço e da resistência. Harpo esconde na sua imensa gabardina os objetos mais díspares, peças e pedaços que podem servir para uma ação qualquer; mas só faz deles um uso afetivo ou fetichista e é Chico que os converte em meios para uma ação organizada. Por fim, Groucho é o 3, o homem das interpretações, dos atos simbólicos e das relações abstratas (...). Groucho leva a arte da interpretação ao seu último grau, porque ele é o mestre do *raciocínio*, dos argumentos e silogismos que vão encontrar no *nonsense* uma expressão pura: "Ou esse homem morreu ou o meu relógio parou" (diz ele tomando o pulso a Harpo em *Um dia nas corridas*). Em todos estes sentidos, a grandeza dos Marx é terem introduzido a imagem mental no burlesco (DELEUZE, 2009, p. 292-3).

É essa dimensão do raciocínio, da argumentação e do silogismo que encontramos na Terceiridade. Aliás, é sobre esse "presente" que age a imagem-mental, a Terceiridade da imagem-movimento. Eis aqui o momento de explicitar esses mecanismos através da análise do *corpus* do presente artigo.

Bom, Deleuze (2009, p. 289) deixa claro que:

segundo Peirce, não há nada para lá da terceiridade: para lá, tudo se reduz a combinações entre 1, 2, 3". Ora, mas, além disso, "o que é que tudo isso tem a ver com o cinema? Quando Godard diz 1, 2, 3..., não se trata apenas de acrescentar imagens umas às outras, mas de classificar tipos de imagens e de circular por esses tipos (DELEUZE, 2009, p. 291).

Assim, se o cinema é a construção continua de 1, 2, 3, vemos que as várias sequências fílmicas são esse amplo processo de ressignificação que vai da afeição à interpretação, passando pela ação. Dessa forma, é importante não apenas encontrar os momentos de imagem-mental, de interpretação, mas também os intercâmbios de situações (normalmente, imagens-afeição) e ações (a Segundidade da imagem-movimento, a imagem-ação). A imagem-movimento é a soma de afeição, ação e mentalismo (interpretação).

E a imagem-tempo? Ora, também calcado na filosofia de Bergson, Deleuze vai falar da evolução da imagem-movimento. Para ele, a imagem-mental, fruto da Terceiridade, era um passo importante do cinema, porém não o último. Afinal, “o cinema não apresenta apenas imagens, ele as cerca com um mundo” (DELEUZE, 2005, p. 87). E é a cercania desse mundo que o torna enquanto uma forma de pensamento, de filosofar. A realidade filmada/representada pelo cinema acaba se vinculando à memória e ao pensamento.

Circuitos cada vez mais vastos poderão se desenvolver, correspondendo a camadas cada vez mais profundas da realidade e a níveis cada vez mais elevados da memória ou do pensamento. Mas é o circuito mais estreito da imagem atual e de *sua* imagem virtual que porta o conjunto e serve de limite interno. Vimos como, em percursos mais amplos, a percepção e a lembrança, o real e o imaginário, o físico e o mental, ou, antes suas imagens, se perseguiam sem descanso, correndo uma atrás da outra e remetendo uma à outra, em torno de um ponto de indiscernibilidade. Mas o que constitui tal ponto de indiscernibilidade é precisamente o menor circuito, quer dizer, a coalescência da imagem atual e da imagem virtual, a um tempo atual e virtual (DELEUZE, 2005, p. 88).

A junção indiscernível entre atual e virtual, bem como real e imaginário, percepção e lembrança, físico e mental, forma um novo tipo de imagem: a imagem-cristal. Essa união, claramente inspirada na condição hjelmsleviana de conteúdo e expressão (DELEUZE, 2005, p. 89), é uma “confusão entre real e imaginário [que] é um simples erro de fato, que não afeta a discernibilidade deles: a confusão só se faz ‘na cabeça’ de alguém” (DELEUZE, 2005, p. 88).

Com isso, a imagem-cristal se torna a mais paradigmática das imagens-tempo. E sua condição de pensamento influencia, longamente, não só o cinema, mas também as outras atividades imagéticas. É isso que notamos no que chamaremos aqui de *movimento-cristal*.

Ora, o movimento-cristal é a cristalização estática da união entre o real da imagem-ação (segundidade da imagem-movimento) como a imagem-cristal (vinda da imagem-tempo. Seu surgimento é posto pela própria condição de que o cartaz tanto influencia como é influenciado pelo cinema. Se o cinema pode

dizer que é filho da *Belle Époque* e da *Art Nouveau*, ele também é pai da *Art Déco*, tal como dissemos anteriormente.

O movimento-cristal será, então, o conceito a ser desvelado nas imagens dos cartazes automobilísticos, com foco no trabalho do francês Géo Ham. Para conseguir demarcá-lo, apresentamos a seguir os elementos de análise poética das imagens, calcado na noção de metassemema e das metáforas operantes nela postas pelo Groupe  $\mu$ .

### Os elementos de análise poética das imagens

O método aqui proposto, utilizado anteriormente (VENANCIO, 2012) e inspirado nas lições do professor Eduardo Peñuela Cañizal, busca construir a relação posta entre o nosso instrumental teórico da linguagem, marcado pelo arcabouço teórico de Gilles Deleuze, descrito nas seções anteriores e a obtenção de efeitos de sentidos poéticos na construção das imagens estudadas.

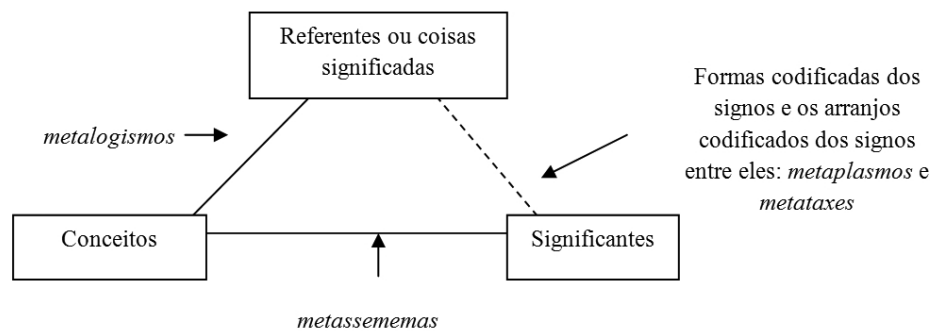
O foco aqui é por um método heurístico, buscando problematizações e progressões de análise. É uma direção ao descobrimento, ao desvelamento especialmente dos mecanismos poéticos inseridos na *mise en scène* posta pelos cartazes de corrida desenhados por Géo Ham.

Com isso, o nosso principal foco serão os conceitos da Retórica Geral do Groupe  $\mu$  (1982). O conceito mais central, para a nossa análise, desenvolvido pelo Groupe  $\mu$  será o *metassemema*. Na *Retórica Geral*, encontramos a definição de que:

um metassemema é uma figura que substitui um semema por um outro, é dizer que ele modifica os grupos de semas do grau zero. Esse tipo de figura supõe que a *palavra* é igual a uma coleção de *semas nucleares*, sem ordem interna e sem assumir a repetição (GROUPE  $\mu$ , 1982, p. 34).

Eles entram em relação com outros três domínios – chamados de metabólicos, por implicarem uma mudança – da linguagem (são eles: metalogismos, metaplasmos e metataxes) através de uma atualização do triângulo de Ogden-Richards (GROUPE

μ, 1982, p. 35), onde há a relação dentre linguagem comum (conceitos), linguagem figurada (palavra) e a linguagem poética (coisa):



Dessa forma, constatamos que os metassememas estão no nível semântico, aquilo que a retórica tradicional chamaria de *tropos*, as figuras com mudança de significado (metáfora, metonímia). As demais, por sua vez, operariam em campos distintos: (a) os metaplasmos são figuras que implicam uma mudança de som ou de representação gráfica; (b) os metataxes são mudanças na sintaxe; e (c) os metalogismos são mudanças no valor referencial, cujo maior exemplo é a hipérbole.

No entanto, percebendo a grandeza teórica do conceito, fica a questão de como é formado um metassemema. Para isso, é necessário uma dissecação conceitual. Começaremos por *sema*, cuja elaboração devemos a Eric Buyssens, que nada mais é que a menor unidade de significação possível de análise. Para Buyssens, (1974, p. 34) “a palavra *sema* designará qualquer processo convencional cuja realização concreta (chamada *ato sêmico*) permite a comunicação”. Dessa forma, “o *sema* é apenas a parte funcional do ato sêmico, e a ação perceptível só é ato sêmico, se for a realização de um *sema*” (BUYSENS, 1974, p. 55).

O semema, por sua vez, é composto por semas, sendo cada um desses uma característica única do semema. Enquanto elemento da forma do conteúdo, o semema, no campo da significação, opera a mesma função que o significante possui enquanto elemento da forma da expressão. Logo, tal como definimos

anteriormente, o metassemema é a substituição de um semema por outro causando mudança de significação. É nesses termos que operam as metáforas.

Outro dado importante aqui é o invariante retórico, o combustível que faz as metáforas se apresentarem e operacionalizar a mudança de significação. No *Tratado do signo visual*, o Groupe  $\mu$  designa quatro graus de apresentação da mediação proporcionada pela metáfora (sempre considerando que ela é feita por duas entidades):

(1) o modo *in absentia* conjunta (IAC): as duas entidades são conjuntas – ou seja, que ocupam o mesmo lugar do enunciado, por substituição total de um pelo outro; (2) o modo *in praesentia* conjunta (IPC): as duas entidades estão conjuntas em um mesmo lugar, mas com substituição parcial apenas; (3) o modo *in praesentia* disjunta (IPD): as duas entidades ocupam lugares diferentes, sem substituição; (4) o modo *in absentia* disjunta (IAD): uma só entidade é manifestada e a outra é exterior ao enunciado, mas projetada sobre este (GROUPE  $\mu$ , 1993, p. 245).

<b>Campo/ modo</b>	<b>In absentia conjunta (IAC)</b>	<b>In praesentia conjunta (IPC)</b>	<b>In praesentia disjunta (IPD)</b>	<b>In absentia disjunta (IAD)</b>
Linguístico	Tropos	<i>Portemanteauword</i>	Comparações, rimas	Provérbios
Visual icônico	Tropos icônicos	Interpretações icônicas	1) Emparelhamentos icônicos	Tropos icônicos projetados
Visual plástico	Tropos plásticos	Interpretações plásticas	Emparelhamentos plásticos	Tropos plásticos projetados

Fonte: GROUPE  $\mu$ , 1993, p. 246.

Assim, buscaremos uma cadeia significativa posta por alguns cartazes de Géo Ham, a saber em ordem temporal: *Grand Prix* de Nimes (16/05/1932 – figura 2), *Grand Prix de l'ACF* (23/06/1935 – figura 3), *Grand Prix de Mônaco* (08/08/1937 – figura 1), *Grand Prix* de Paris (24/04/1949 – figura 4) e *12 Heures Internationales* de Reims (03-04/07/1954 – figura 5).





Figura 2: Cartaz do *Grand Prix* de Nimes, Géo Ham, 1932



Figura 3: Cartaz do *Grand Prix de l'ACF*, Géo Ham, 1935





Figura 4: Cartaz do *Grand Prix* de Paris, Géo Ham, 1949



Figura 5: Cartaz do *12 Heures Internationales* de Reims, Géo Ham, 1954

O nosso objetivo, então, é verificar como essas *mise en scènes* são construções *portemanteau* (metáfora IPC operando em um metassemema) que unem em uma representação imagética tanto a imagem-movimento como a imagem-tempo, ambas teorizadas por Gilles Deleuze e aqui descritas anteriormente. E, o mais importante, que esse *portemanteau* é a representação gráfica do movimento-cristal.

### **Géo Ham, mestre do movimento-cristal**

Nascido em 1900 e morto em 1972, Georges Hamel, conhecido mais no mundo das Artes pelo seu pseudônimo Géo Ham, era um repórter-aquarelista da revista *L'Illustration* desde 1927. Formado pela Escola de Artes Decorativas, sempre se dedicou à pintura de aviões, carros e motos. Com sua ampla dedicação à pintura de temas aéreos foi um dos primeiros ganhadores do título de *Peintre de l'Air*, dedicado pelo ministério da Defesa àqueles que se dedicaram à pintura da temática, inclusive dando-os espaço de trabalho dentro de seus hangares e em campos de batalha. O título foi criado em 1931 e há controvérsias se ele ganhou o título no ano inaugural ou em 1934.

Sua paixão por aviões o fez participar de várias campanhas pioneiras da aviação postal francesa, especialmente uma das inúmeras vezes que Henri Guillaumet cruzou a cordilheira dos Andes. Inclusive o livro dedicado a Guillaumet escrito por Roland Tessier em 1947 foi ilustrado pelo artista. Além disso, sob o registro de patente US1463694 A há, nos Estados Unidos, um projeto de avião seu de 21/03/1922, registrado em 04/04/1922 e concedido em 31/07/1923.

Além de sua paixão pelos aviões, Géo Ham era um fascinado por carros. Além das reportagens aéreas para *L'Illustration*, fazia reportagens sobre corridas e propagandas para carros franceses tal como Bugatti e Talbot-Lago. Sua reportagem mais famosa nesse estilo foi a cobertura das 24 Horas de Le Mans, de 1933. A aquarela de capa da edição da revista ilustrando o pit-stop noturno feito pelo carro campeão, o Alfa Romeo 8C de número 11, que era pilotado pelo francês Raymond Sommer no momento (e que dividiu a direção

com o italiano e mito pré-Fórmula 1, Tazio Nuvolari), é uma das imagens mais icônicas do evento.

Enquanto nas reportagens-aquarelas de *L'Illustration*, Géo Ham utilizava o estilo realista que a arte decorativa demanda. No entanto, nos cartazes, a influência da *Art Déco* é patente. Para observar isso, primeiramente, apresentamos quadro esquemático (figura 6) com elementos da Figura 1:

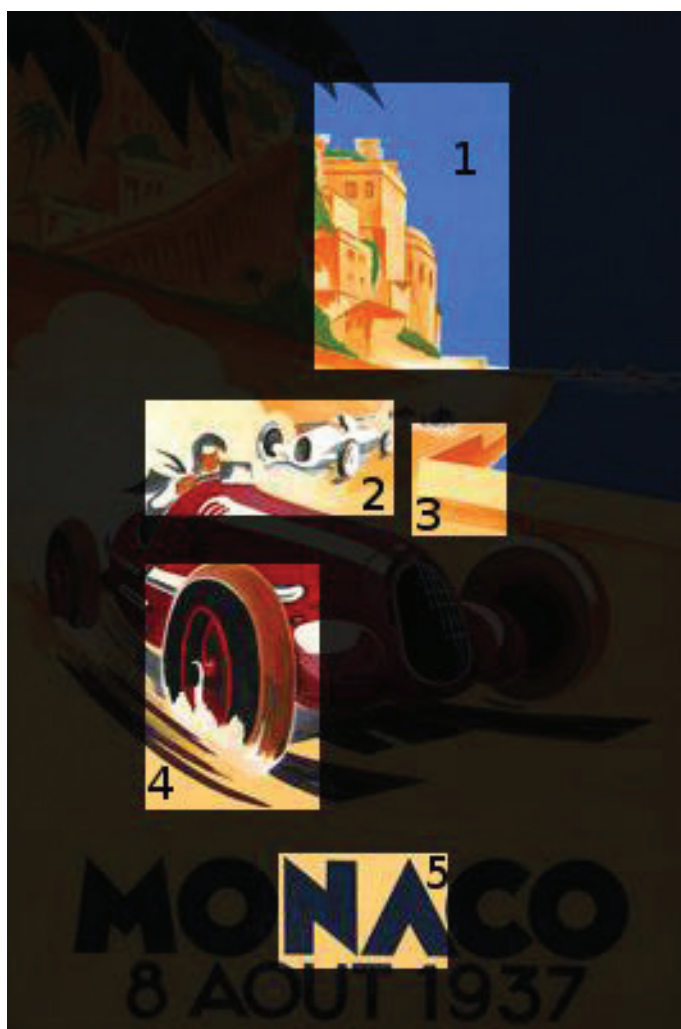


Figura 6: Quadro Esquemático do Cartaz do *Grand Prix* de Mônaco, Géo Ham, 1937

No quadro esquemático posto pela figura 6, no amplo metassemema do cartaz de 1937, elencamos cinco metassememas menores. Elencamos sua relação entre significante e conceito no quadro abaixo:

<b>Metassemema</b>	<b>Significante</b>	<b>Conceito</b>
1) Cenário	1) Arquitetura e Paisagem de Mônaco com cores "chapadas"	1) Vivacidade, dinamismo
1) Objetos	1) Carros e Pessoas construídos com silhuetas. Detalhes geometrizados, conceitualizados	1) Dinamismo, esquematização
1) Linhas de Construção	1) Curvas retas	1) Dinamismo, esquematização
1) Linhas de Movimento	1) Presença de linhas de movimento sobrepondo o desenho	1) Sensação de movimentos
1) Tipografia	1) Tipografia geometrizada e sem serifa	1) Dinamismo, esquematização

Fonte: Elaboração Própria

Pensando no metassemema do cenário, verificamos a típica representação *Art Déco* da arquitetura. No entanto, Géo Ham deixa mais claro a vivacidade do balneário mediterrâneo. O laranja e o azul chapado indicam a ideia de lugar paradisíaco, quente, contrastando com a boemia invernal da *Art Nouveau*. Tal cenário indica uma *mise en scène* que mistura o turístico com o aventureiro.

Dinamizando a representação do cenário, Géo Ham passa a sensação de "adrenalina" do *Grand Prix* para a próxima cidade, por mais velha e fora do século XX que ela possa ser. Isso é também verificado na figura 2, onde a cidade francesa de Nimes, com fundação romana, se torna tão dinâmica quanto os carros conceituais que a cruzam.

O cenário se combina com o metassemema dos objetos. Aqui, Géo Ham, um desenhista técnico de máquinas tal como sua patente de avião demonstra,

conceitualiza e define bem cada automóvel, diferenciando-os. Além disso, há a correta dimensão de cor de cada carro.

No começo do automobilismo, os carros corriam com a cor do país da equipe seguindo uma convenção. Assim, todos os carros franceses corriam de azul, todos os italianos com o vermelho conhecido como *rosso corsa*, os alemães de branco ou prata, e assim por diante. Na figura 1, em seu metassemema 2, o carro vermelho claramente é um Maserati enquanto o na traseira é um Auto Union.

Esse esquema de cores é o principal aspecto conceitual da figura 3, sendo o seu amplo significado. Com linhas dinâmicas e fazendo a sensação de curva no plano (e transformando ela em sua própria legenda), Géo Ham desenha, conceitualmente e sem cair no detalhismo realista da *Belle Époque*, um Alfa Romeo vermelho, um Auto Union branco (o prata, normalmente, era da Mercedes) e um Bugatti azul, construindo metaforicamente a bandeira francesa, onde era realizada a corrida.

Isso destaca as linhas de construção, alvo do metassemema 3 da figura 1. Ora, Géo Ham trabalha com linhas geométricas, mesmo que isso ande contrário com o pretense realismo. Seja na curva quadrada destacada pelo metassemema 3 ou pelos segmentos de circunferência que montam o carro da figura 4, o importante é a indicação de dinamismo. Os carros da figura 1 estão em um eterno manobrar dessa "curva fechada" e o carro da figura 4, em um eterno acelerar que o faz, inclusive, sair levemente do chão na roda dianteira direita.

As linhas de construção são sobrepostas pelas linhas de movimento para criar a metáfora *in praesentia* conjunta que dá a ilusão de movimento, montando o *portemanteau* do movimento-cristal. Isso é visível em todos os cartazes. Aliás, no caso do cartaz 5, a soma das linhas de movimento das rodas com as linhas de movimento da luz dos faróis constrói um cenário futurístico, demarcando uma noite que é rasgada pela modernidade.

Por fim, a tipografia (o metassemema 5) é característica crucial desses cartazes de Géo Ham, demarcando sua condição *Art Déco*. Nada de

letras embelezadas com serifas e rococó, são letras tão dinâmicas quanto os carros, indicando uma finalização de *mise en scène* digna de uma montagem cinematográfica. Eis aqui uma beleza da poesia pós-cinema em uma imagem estática que parece ter o mesmo dinamismo que a imagem-movimento.

Isso faz de Géo Ham, entre vários outros, um mestre da construção do movimento-cristal. E com isso podemos esquematizar sua fórmula poética imagética. Ora, utilizando uma representação *Art Déco* de cenário, objeto e tipografia, Géo Ham consegue utilizar a linha de construção geométrica em uma relação metafórica *in praesentia* conjunta com as linhas de movimento, tornando o estático em movente.

### Considerações Finais

Com isso, a arte de tornar o estático em movente através de uma metáfora IPC nos deixa mais fácil de entendermos o sentido de pensarmos que o movimento-cristal é a soma imagética estática da imagem-movimento com a imagem-tempo. As linhas de construção, postas em sua segundidade mesmo sendo em um *design gráfico* de um cartaz, são similares à imagem-ação do cinema. Elas são essa "experiência irracional do mundo, em que um objeto se apresenta de maneira pungente, sem considerar nossa vontade ou expectativa. É puro choque (o 'outward clash'), um 'isto' sem qualificação" (ROMANINI, 2006, p. 82).

Por sua vez, as linhas de movimentos, apesar de serem movimento, são da ordem da imagem-tempo. Afinal, ela é a condição de virtualização da imagem estática em relação ao seu referente real. Só podemos verificar aquele Maserati da figura 1 enquanto um Maserati que correria em Mônaco, em 1937, se o dotarmos do mesmo dinamismo esperado.

A união dessas duas ordens, incrivelmente e esteticamente bem trabalhadas por Géo Ham através da *Art Déco*, são sua marca enquanto mestre do *movimento-cristal*, bem como colocar os cartazes automobilísticos enquanto um dos *locus* ideais para sua realização. Há muito ainda que investigar se a *Art Déco* é o *locus* estético do movimento-cristal ou se, tal como vimos nas aquarelas do próprio Géo Ham, há outras estéticas do movimento para a poética da imagem.

## Referências

- BUYSSENS, E. *Semiologia & comunicação lingüística*. São Paulo: Cultrix/Edusp, 1974.
- DELEUZE, G. *A Imagem-tempo – Cinema 2*. São Paulo: Brasiliense, 2005.
- DELEUZE, G. *A Imagem-movimento – Cinema 1*. Lisboa: Assírio & Alvim, 2009.
- GROUPE  $\mu$ . *Rhétorique générale*. Paris: Seuil, 1982.
- GROUPE  $\mu$ . *Tratado del signo visual*. Madrid: Cátedra, 1993.
- HODGES, D. *The french Grand Prix*. London: Temple Press, 1967.
- LOPEZ, E. *Car posters*. Suffolk: Antique Collector's Club, 2014.
- MACHADO, R. *Deleuze, a arte e a filosofia*. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.
- PEIRCE, C.S. "Conferências sobre pragmatismo". In: *Os pensadores: Peirce/ Frege*. São Paulo: Abril Cultural, 1980.
- ROMANINI, A. V. *Semiótica minuta: especulações sobre a gramática dos signos e da comunicação a partir da obra de Charles S. Peirce*. Tese de Doutorado. São Paulo: PPGCOM-ECA-USP, 2006.
- SANTOS, Francisco (ed.) *Grand Prix*. Lisboa: Público, 2003.
- VENANCIO, R. D. O. "Anime e a poética da luta: metáforas e anagramas em Cavaleiros do Zodíaco". *Culturas Midiáticas*. v. 5, n.2. João Pessoa: PPGC-UFPB, 2012.



VENANCIO, R. D. O. "Jornalismo Esportivo: Nós somos diferentes". *Observatório da Imprensa*. Edição 788. Campinas: OI, 04/03/2014. Disponível em: [http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/\\_ed788\\_nos\\_somos\\_diferentes](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed788_nos_somos_diferentes). Acesso em: 07 out. 2014.

VERHAGEN, M. "The Poster in *Fin-de-Siècle* Paris: 'That Mobile and Degenerate Art'". In: CHARNEY, L. & SCHWARTZ, V. R. *Cinema and the invention of modern life*. Berkeley: UCP, 1995.

submetido em: 10 out. 2014 | aprovado em: 23 nov. 2014