Thereza Scofield, Mestre em Comunicação Social, Centro Universitário Una e Faculdade Estácio de Sá – Belo Horizonte

Cor e figurino: elementos simbólicos no filme *Matrix Reload*

Thereza Scofield, curso de Design de Moda (Centro Universitário Una e Faculdade Estácio de Sá – Belo Horizonte)

Resumo: Este artigo busca entender como a cor e o figurino são usados como recursos de comunicação nos filmes hollywoodianos, sobretudo os que se voltam para os jovens, e suas possíveis decodificações pelo público. Para tanto, focalizamos nosso estudo em *Matrix Reload*, em função do seu grande sucesso entre a juventude de todo o mundo.

Palavras-chave: comunicação, cor, figurino

Abstract: This article approaches how the color and the costume are used as resources of communication in the Hollywood movies, focusing in the movies for the young people and their possible decoding by this public. For such, we focused our study in the *Matrix Reload*, in function of it's great success between the youth of the entire world.

Key-words: communication, color, costume

Introdução

De acordo com a perspectiva filosófica, conhecida como Teoria Crítica, a mídia é considerada como um poderoso instrumento das classes sociais elevadas por sua capacidade de formatar a consciência humana e alienar o público. A comunicação, nessa abordagem, articulada principalmente por Adorno; Horkheimer (1985), é tratada como um processo linear e unilateral em que um emissor, com grande capacidade de influência, transmite uma mensagem para um receptor, tido como conformado e indefeso.

Aos poucos, no entanto, vários estudos comunicacionais vêm questionando essa noção da recepção vista como um lugar de aceitação passiva dos produtos da mídia. Sobretudo as investigações que se fundamentam nos Estudos Culturais Britânicos, instituídos pelo *Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS)*, localizado em Birminghan, na Inglaterra.

Um dos seus maiores expoentes, Stuart Hall, destaca que a codificação e a decodificação das mensagens não são processos equivalentes e apresentam dinâmicas próprias. De acordo com Hall (2003), há diferentes graus de simetria ou assimetria entre a estrutura de significação elaborada pelo produtor e a construída pelo receptor. Portanto, o processo de interpretação de um produto midiático pode empreender trajetos que não são necessariamente semelhantes aos pretendidos pela mensagem.

Ao valorizar tanto os discursos instaurados pelos meios como a leitura realizada pelos sujeitos, os Estudos Culturais colocam em foco todo o processo de produção de sentidos. Os receptores apreendem os discursos da mídia a partir de suas experiências e de sua inserção sociocultural, e essa compreensão ajuda a construir e atualizar o universo simbólico da sociedade na qual estão inseridos. Assim, essa perspectiva resgata não apenas o papel ativo dos sujeitos na recepção, como também sua participação na constituição da vida social.

Conjugando com as noções dos estudos que negam a passividade e a alienação dos indivíduos na apreensão dos produtos midiáticos, França (2006) aponta para a necessidade de se investigar a relação comunicativa estabelecida entre a audiência e mídia como um processo compartilhado e em movimento, uma interação que não pode ser explicada apenas por um dos agentes, mas como o resultado de uma interlocução entre dois. Assim, a autora nos convida a pensar que as pessoas não antecedem, mas resultam de conjunções, enfrentamentos, associações ou conflitos com seus semelhantes e com a mídia.

Fundamentando-se nessa perspectiva, este artigo procura entender a interação estabelecida entre a juventude e o cinema hollywoodiano, voltado

especificamente para estes espectadores. Para tanto, procuramos analisar a cor e o figurino, percebidos aqui como elementos de apelo simbólico, tendo como objeto empírico *Matrix Reload* e o público jovem.

Matrix Reload: algumas considerações

O filme hollywoodiano *Matrix* estreou em 1999. Na época, ele rendeu 460 milhões de dólares, tornando-se a maior bilheteria da *Warner Brothers* até a chegada de *Harry Potter* e, em seguida, de *Crepúsculo*.

Matrix foi elaborado pelos diretores Andy e Lary Wachowski como um filme que teria sua continuação em dois outros: *Matrix Reload* e *Matrix Revolutions*, ambos lançados em 2003. Mas o sucesso da trilogia foi tanto que a produção não parou por aí. *Matrix* também se transformou em vários pequenos filmes de animação em estilo japonês, o *Animatrix*, e em *Enter the Matrix*, um jogo de vídeo game com sequências inéditas.

Matrix é uma trama de ficção científica considerada inovadora até hoje por trazer elementos de ação e suspense compactados por uma produção de alta tecnologia, resultando num produto esteticamente inédito. Desde que deu o *Oscar* de efeitos especiais à John Gaeta em 2000, o filme tornou-se uma tendência na produção cinematográfica. Segundo Macedo (2003), a novidade trazida pela película, devido sobretudo ao efeito chamado de *bullet time*, fundamenta-se na utilização da fotografia virtual que dá vida ao enredo.

Isto é, tendo-se um giro de 360 graus ao redor de uma cena, esse recurso possibilita o congelamento dos movimentos dos atores. As imagens capturadas, na maioria das vezes, por cinco câmeras acopladas às estações informatizadas, são inseridas digitalmente nas tomadas. Então, a sensação do espectador é a de que o tempo é freado, permitindo que os personagens escampem de balas ultra rápidas e realizem movimentos em velocidade sobre-humana.

Breve contextualização histórica

Matrix foi produzido num período em que o mundo vivia a expectativa do *bug* do milênio. Esperava-se que, na virada do século, ocorresse uma pane generalizada nos computadores dos mais variados locais do globo terrestre,

gerando alterações e perda de dados virtuais. Nessa época, a internet já se mostrava como uma realidade que havia chegado para ficar. Não é à toa que as cores mais presentes no figurino são o verde e o preto, uma referência às telas dos antigos computadores X-P 286.

Segundo Macedo (2003), *Matrix Reload* percorre as linhas gerais do primeiro filme, mas com algumas especificidades históricas. A explosão do *World Trade Center* tinha deixado no ar nuances de nacionalismo patriótico. Mas, também expressões anti-americanas se fizeram ouvir em diversos locais. É certamente por isso que o figurino procura ficar isento de possíveis referências ideológicas, trazidas pelos conflitos entre nações. Mesmo nos lembrando que ambos os filmes estão inseridos num contexto capitalista, os enredos propõem um debate maior que é o questionamento da natureza humana.

As roupas dos personagens

O figurino de um filme, assim como o vestuário dos indivíduos na vida real, oferece informações sobre todo o elenco. Ele é, juntamente com os atores, a representação visual de cada personagem: traz informações de sua classe social, do período histórico em que ele vive e o seu perfil psicológico. Por isso, segundo Leite e Guerra (2002), é fundamental que as roupas estejam em harmonia com o cenário, a iluminação e os vários itens que compõem o filme. “(...) todos os elementos visuais devem girar em torno de um mesmo eixo, buscando a consonância estética” (LEITE E GUERRA, 2002, p.86).

Mas, o ponto de partida para a criação das roupas é sempre o texto. Assim, o figurino contém o estilo do *designer* que o criou, ao mesmo tempo em que segue o roteiro, a história a ser contada. Para Kym Barret (2002), figurinista de *Matrix Reload*, sua função principal era dar aos personagens uma vida real, criando pessoas palpáveis, verossímeis, para os atores habitarem.

Neste trabalho, procuramos analisar as roupas dos protagonistas Neo e Trinity e dos coadjuvantes Morpheus, Agente Smith e o Chaveiro. Numa rápida descrição, Neo usa calça e capa negra que quase lhe cobre os pés. Trinity veste macacão ou calça e jaqueta curta de vinil preto. Ambos usam botas e

óculos escuros. Morpheus tem calça e capa de couro (tipo crocodilo) pretas com gravata verde. O agente Smith usa camisa branca, terno, óculos e gravata negros. O traje do Chaveiro é calça, camisa e avental em tons variados de verde.

A figurinista e sua expressão gráfica

Barret (2002) conta que não trabalhou em muitos filmes antes de produzir as roupas da trilogia. Na verdade, sua experiência foi conquistada nos oito anos em que esteve envolvida com o teatro e nos vários comerciais que produziu para a televisão. A criação do figurino, segundo Barret (2002), partiu da ideia geral que teve logo que leu o roteiro, pois a história girava em torno de um herói que ela interpretou como sendo um híbrido de samurai com mocinho de faroeste.

A figurinista seguiu basicamente as condições estabelecidas pelos irmãos Wachowski: roupas escuras, que proporcionassem alto nível de contraste nas cenas e que não fossem azuis. Afinal, os personagens não vêem a cor do céu, pois a terra, durante todo o filme, é envolta por nuvens de fumaça.

Outra definição inicial dada à *designer* foi a de que Trinity, vivida por Carrie-Anne Moss, deveria ter a aparência de uma mancha de óleo. Por isso, ela escolheu para a moça um sintético semelhante ao vinil e para os outros personagens usou tecidos foscos ou couro, para garantir um ligeiro brilho.

Como as cenas são mais abertas, as peças não possuem detalhes ou bordados nos colarinhos. O figurino é simples e limpo. Colares, brincos ou pulseiras são mais usados nos moradores da localidade de Zion, dando-lhes uma aparência mais primitiva, tribal.

A preocupação maior, conforme Barret (2002), foi utilizar tecidos flexíveis e criar roupas que dessem possibilidade de movimento aos personagens, que constantemente se envolvem em lutas, saltam e giram. O tecido do casaco do Neo, por exemplo, deveria ter um peso certo, pois ele se move no ar com muita frequência durante o filme.

Antes de confeccionar as roupas, Kym Barret as ilustrava no papel. Seus desenhos[1] são fortes, com traçados que lembram os *cartoons*. Os corpos são bem definidos, assim como o efeito da luz que incide sobre eles. Devido à agilidade das cenas, muitos croquis foram feitos mostrando o personagem em movimento. Mesmo assim, conforme Barret (2002), muitas vezes, além do desenho, foi necessário fazer a peça piloto para que os diretores pudessem ver o efeito da queda do tecido.

A cor

Segundo Guimarães (2000), a cor é uma informação visual que nos chega através de um estímulo físico, sendo percebida pelos olhos e interpretada pelo cérebro. Mas, para entendermos melhor o conceito de cor, devemos considerar algumas de suas funções, como a discriminação, o seu poder de expressão e a sua capacidade de significar.

Um dos objetivos deste trabalho é analisar a aplicação simbólica das cores em *Matrix Reload*, analisando-as, portanto, como uma mensagem usada pelos produtores da película com determinada intenção. Assim, trabalhamos com a noção de que ela é uma informação, que será apreendida pela visão e decodificada pelo sistema nervoso central do espectador, para o qual o filme se volta, numa perspectiva cultural.

> A simbologia das cores dependerá do armazenamento e da transmissão do seu conteúdo que pode, afinal, transpor períodos de tempos maiores ou ter validade por um período menor, assim como poder variar em relação ao repertório compartilhado por aqueles que participam do processo da comunicação (Guimarães, 2002, p.87).

Em *Matrix Reload* podemos observar que as cores mais usadas como recursos de comunicação são o preto, considerado por vários autores como uma não-cor, o verde e o cinza. Em nossa análise, detectamos que o preto é utilizado no filme para passar uma noção de autoridade e idoneidade, uma vez que Neo, Trinity e Morpheus, com suas vestes negras, têm a missão de salvar a humanidade da Matrix. Traz também um ar de mistério, ao mesmo tempo em

---

[1] Alguns croquis podem ser encontrados no endereço: <www.thematrix.com>

que destaca os três personagens nos cenários sempre esverdeados ou acinzentados.

Conforme Guimarães (2000), o verde, a cor principal da película, é tido como o tom da esperança, do jogo ou do destino. Todas essas informações são bastante necessárias para o desenrolar do enredo do filme. Afinal, o predestinado e os rebeldes batalham todo o tempo para reverter seus destinos e ficarem livres da realidade virtual. Conforme dito anteriormente, o verde em *Matrix Reload* também é uma referência constante ao tom dos caracteres dos antigos XP-260, cujas telas eram negras.

O cinza, que costuma ser considerado como a cor do medo, na mensagem do filme parece ser codificada para indicar a falta de luz do planeta terra, causada por espessas nuvens de fumaça que tampam o céu. É utilizada também nas roupas sujas e rasgadas dos tripulantes da nave, de Neo, Trinity e Morpheus para demonstrar a pobreza em que eles vivem no mundo real, fora da Matrix.

Análise cromática do filme e do figurino

Tanto nas cenas do filme como no figurino notamos a enorme freqüência de tonalidades de verde, mistura das cores primárias amarelo e ciano. Assim, verificamos a presença de uma harmonia cromática que usa cores análogas. No caso, as chamadas cores frias.

Acreditamos também que o cinza visto em *Matrix* e nas roupas dos personagens é resultado da mistura, em proporções variáveis, dessa cor ao verde, levando a várias nuances de cinza-esverdeado. Nossa opinião é a de que os diretores e a figurinista fizeram também o uso da interpenetração da cor primária magenta com o verde, sua cor secundária complementar.

Dessa maneira, obtiveram o chamado tom-rompido, produzindo diferentes nuances de cinza, que ao se aproximarem do magenta nos remete ao marrom. Mas, verificamos também a harmonia acromática. Isto é, uma escala de cinzas, tendo como extremos o branco e o preto. Esta última cor, ou a não-cor de acordo com alguns estudiosos, foi extremamente usada no figurino.

Metodologia

Este artigo se propõe a discutir o papel que a cor e o figurino ocupam como elementos de comunicação nas películas hollywoodianas, sobretudo as que se voltam para o público jovem. Para atingir este objetivo, fizemos uma pesquisa bibliográfica, identificando, selecionando e sistematizando noções teóricas que oferecessem um referencial, um viés norteador, capaz de articular as dimensões aqui abordadas, tais como: comunicação, cor, figurino e recepção midiática .

Conclusão

O *design* das roupas dos personagens foi elaborado, aproximando a ideia de futuro do enredo ao presente vivido pelos receptores do filme. Dessa maneira, o vestuário certamente busca levar o público a se identificar com o produto. Os jovens do filme vestem roupas pretas, tatuagens e *piercing*s , bem semelhantes aos usados pela juventude na época do lançamento do filme e ainda hoje. Isto é, são recursos de linguagem que procuram dizer da contemporaneidade, em contraste com a representação do devir em décadas passadas. O vestuário de *Matrix Reload* não nos lembra em nada, por exemplo, o futurismo defendido por André Courrèges, que conforme Lemoine-Luccioni (1995), usava em suas criações nos anos 60, roupas brancas, prateadas ou confeccionadas com plástico transparente numa tentativa de traduzir o cosmos.

O figurino e as cores nos ajudam a perceber na história as relações de agonismo que costumam estar presentes na vida dos jovens, caracterizando-se por ideias contrárias ao poder dominante, seja ele a família, a escola, a religião e tantos outros. O costume preto do Agente Smith, por exemplo, é muito parecido com os ternos usados por seguranças dos presidentes ocidentais. Isto é, um profissional que parece do bem pode aparentar ser mais malvado para o público se for defensor de uma realidade que deseja alienar as pessoas. Assim, de maneira subliminar, as roupas e as cores do filme podem remeter o público jovem à inexistência de uma relação consensual em torno dos centros de poder presentes em suas vidas.

Podemos observar também que as roupas dos tripulantes das naves rebeldes e dos últimos humanos, moradores de Zion, são muito semelhantes. Isto é, o figurino parece ter sido elaborado de modo a nos dar a impressão de uma comunidade sem hierarquias. Uma sociedade igualitária, onde não há dominantes ou dominados. Nesse sentido, o vestuário proposto por Kym Barret, estaria auxiliando o enredo a representar um questionamento em torno do sistema capitalista vigente.

Por tudo isso, as peças elaboradas para o elenco de *Matrix Reload* e as cores usadas podem ser interpretadas como uma produção cultural contra-hegemônica. O filme, ao levar o público a repensar sua realidade, seu entorno, poderia trazer uma tomada de consciência que possibilitaria um posicionamento contrário às ideias tidas como verdadeiras.

Por outro lado, de maneira paradoxal, o figurino pode ser também uma auto-afirmação do sistema vigente como um todo, vinculando uma mensagem ideológica nas relações permeadas pela lucratividade. Noutras palavras, ele colocaria o sistema em xeque, mas acabaria por vendê-lo. Afinal, as roupas usadas por Neo viraram moda entre jovens do mundo inteiro. A estréia de *Matrix Reload* foi um evento, em que os fãs vestidos de capas pretas e óculos escuros, semelhantes ao do personagem representado por Keanu Reeves, assistiam ao filme repetidas vezes, fazendo das sessões um ponto de encontro.

Assim, partindo do pressuposto de que a cultura é um conjunto de códigos compartilhados e estudando a cor e o figurino em suas dimensões simbólicas, acreditamos que não podemos deixar de pesquisá-los dentro de um contexto sócio-histórico. Afinal, suas mensagens são codificadas no decorrer da história da humanidade e as informações trazidas por elas são constantemente destruídas e construídas.

Então, se a elaboração da mensagem das cores e do vestuário do filme é marcada pela estrutura social em voga, ele como produto cultural, segundo Kellner (2001), acaba por agir também como determinante da vida social, propondo símbolos e padrões de comportamento, muitas vezes novos, para o público. No caso da personagem Trinity, por exemplo, o preto de suas roupas ,

em nada lembra a tristeza ou luto que essa cor costuma fazer referência nas sociedades ocidentais.

Pelo contrário, ela é um mulher cheia de esperança, que luta tão bem quanto os homens do filme, sendo, ao mesmo tempo, feminina, compreensiva e apaixonada. Assim, segundo Winship (2000), mensagens como esta, que representam uma mulher poderosa, afirmam a importância do território feminino. Portanto, podem oferecer pequenas habilidades de sobrevivência real, ajudando as jovens a lidarem com os dilemas cotidianos da feminilidade contemporânea.

Referência Bibliográfica

ADORNO,Theodor; HORKHEIMER, Max. *Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

BARRET, Kym. Costume Designer Interview. *Whatisthematrix*, 2002. Disponível em: <http://whatisthematrix.warnerbros.com>. Acessado em: 02/03/2010.

FRANÇA, Vera. Sujeito da comunicação, sujeitos em comunicação. In: GUIMARÃES, César; FRANÇA, Vera (Orgs.). *Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006, p.61-88.

GUIMARÃES, Luciano. *A cor como informação.* São Paulo: Editora Annablume, 2000.

HALL, Stuart. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia*. Bauru: Editora da Universidade de Sagrado Coração, 2001.

LEITE, Adriana; GUERRA, Lisette. *Figurino: uma experiência na televisão.* São Paulo: Paz e Terra, 2002.

LEMOINE-LUCCIONE, Eugénie. A mulher...não toda. Rio de Janeiro: Revinter, 1995.

MACEDO, Carolina et al. *Matrix Reload: uma análise à luz dos estudos sócio-culturais europeus.* Belo Horizonte, 2003. (texto não publicado).

WINSHIP, Janice. Survival skills and daydreans. In: MARRIS, Paul; THORNHAM, Sue. *Media Studies* – a reader. New York: New York University Press, 2000. p. 334-340.