



O Grito Remix – o passeio da imagem¹

Fernanda Rodrigues Pucci²

Professora da Universidade do Oeste de Santa Catarina

Mestranda em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná.

Resumo

Neste passeio da imagem, pretendemos mostrar que existem diferentes maneiras de observar as imagens, maneiras que hora ou outra acabam sendo relatadas, retratadas e revistas, o que coloca em ênfase a opinião do observador muitas vezes até sob a forma de novas imagens. Críticas, homenagens, caricaturas são *remix*, novas expressões e usos de imagens já conhecidas com a licença da pós-modernidade segundo Lemos. Este texto enfoca a obra de Edvard Munch, *O Grito* de 1893, que passou de uma obra consagrada para ícone da sociedade desesperada através do imaginário das pessoas e das relações que desenvolvem entre as imagens e seus ambientes e rotinas. Para isso tomo alguns conceitos de Maffesoli e Baudrillard.

Palavras-chave

O grito; imagem; *Remix*; efeito de sentido.

Corpo do trabalho

Existem muitas maneiras de se observar as imagens, maneiras tais que muitas vezes são relatadas e retratadas por quem observa e acabam por colocar em ênfase as opiniões dessas pessoas através de novas imagens. Críticas, homenagens, caricaturas são novas expressões e usos de imagens já conhecidas. A revisão, o retorno de uma imagem e a releitura de obras podem ocorrer de várias formas e através de diversas técnicas.

André Lemos em *Ciber-cultura-remix* (2006) apresenta uma evolução de valores que ocorre desde que se passou a atribuir direitos aos autores das obras, por suas reproduções, até uma era onde tudo pode ser refeito, reaproveitado, reutilizado, revisto, enfim re-mixado por conta de novas tecnologias. “A arte entra em crise e junto com ela a noção de obra, autor, autoria, propriedade. Na crise da criação pós-moderna (“a arte

¹ Trabalho apresentado ao Intercom Sul, na Divisão Temática de Jornalismo, do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

² Mestranda em Comunicação e Linguagens pela UTP; Especialista em Gestão do Marketing pela FGV; Graduada em Publicidade e Propaganda pela UTP; docente dos cursos de Comunicação Social da Unoesc *Campus* de Joaçaba; fernanda.pucci@unoesc.edu.br



morreu!”) só é possível apropriações sob o signo da recriação. Não há mais autor, original e obra, apenas processos abertos, coletivos e livres.” (LE MOS, 2006)

Tomaremos aqui, esse conceito de *remix* aplicado por Lemos onde podemos compreender as possibilidades de apropriação e criação livre, que parte de outros formatos, modalidades e tecnologias e são potencializados com a ajuda das ferramentas digitais e da dinâmica social contemporânea. Veremos então, algumas das várias reutilizações, inspiradas ou não, de uma obra que é ícone de uma sociedade sob pressão.

Aqui, será abordada a obra *O Grito* (1893) de Edvard Munch, um homem educado por um pai controlador, que viu a mãe e a irmã morrerem quando ainda criança. De seu envolvimento com uma mulher casada e da internação de sua irmã em um asilo, tirou mágoa e desespero.

Passeava com dois amigos ao pôr-do-sol – o céu ficou de súbito vermelho-sangue – eu parei, exausto, e inclinei-me sobre a vedação – havia sangue e línguas de fogo sobre o azul escuro do fjord e sobre a cidade – os meus amigos continuaram, mas eu fiquei ali a tremer de ansiedade – e senti *O Grito* infinito da Natureza. (MUNCH, 1892, tradução nossa)

Há rumores sobre a pintura ser um retrato de uma múmia vista pelo autor um tempo antes de criar a imagem. Robert Rosenblum, estudioso da obra de Munch é um dos que defendem esta versão, mas a visão mais comum é de que o quadro apresenta todo o desespero de um homem e essa idéia se sobrepõe a qualquer outra hipótese. Essa impressão foi imortalizada em sua obra chamada pela crítica de *O Grito* como uma segunda tentativa de exposição de seus sentimentos. O nome da obra era em princípio “O desespero”. A obra foi tão aceita que o artista fez quatro versões para substituir as que vendia.

Sua tentativa de retratar emoções e sentimentos que o envolviam, foi um grande feito para seu reconhecimento como artista. Sua obra tornou-se conhecida e admirada por ser tão fiel a seus sentimentos que faz instigar inúmeras sensações em quem observa.



Figura 1: O Grito de Edvard Munch, 1893.

Podemos observar o estado de espírito do autor através de uma breve análise das cores utilizadas. A cor evoca um estado de espírito, cria contraste destaca beleza em uma imagem, podendo tornar vibrante uma cena melancólica. Segundo Farina (1975) as cores influenciam psicologicamente as pessoas em determinada situação.

O Grito é composto por um céu de cores quentes ao fundo, principalmente com nuances vermelhos e alaranjados em tons intempestivos. O vermelho bem explorado, toma grande extensão do contexto apesar do quadro ser pequeno. O que leva de certa forma a uma sensação de opressão e irritação. A mesma incomodação que pode ser causada por grandes extensões de amarelo, devido a grande irradiação de luz. E o alaranjado excessivo também traz essa sensação desconfortável de aumento de calor e volume. (FARINA, 1975) Sensações e emoções que podemos facilmente perceber na obra, e que, contrastam com o rio em azul escuro, de certa forma depressivo criando o horizonte. Na psicodinâmica das cores Farina (1975) diz que o azul por si só, traz frieza. Em tons escuros apresenta trizteza, monotonia, solidão. A impressão que temos é que o que mais importava ao artista era a expressão de seus sentimentos naquele momento. Cores escuras, uma pessoa aparentemente doente, traços desfigurados, transmitem a dor sentida.

Mesmo assim, a obra ficou muito conhecida e admirada e não demonstrou sua popularidade somente na época em que foi criada. Como um ícone foi reproduzida muitas vezes. E não apenas como a obra original, mas também para representar este estado de espírito e coisas relativas a isso. A esse movimento de inúmeras reproduções, críticas e homenagens chamaremos passeio de *O Grito*.

O passar da imagem da obra de Munch não foi, e não é pequeno. Um exemplo é o da revista *Time* quando utilizou a obra para ilustrar a capa de sua edição dedicada a complexos de culpa e ansiedade, em 1961. Totalmente associada ao que parece querer transmitir o artista. Porém a moldura vermelha apresenta a situação como um alerta, algo que precisa de observação e cuidados, relacionando ao assunto principal da revista.

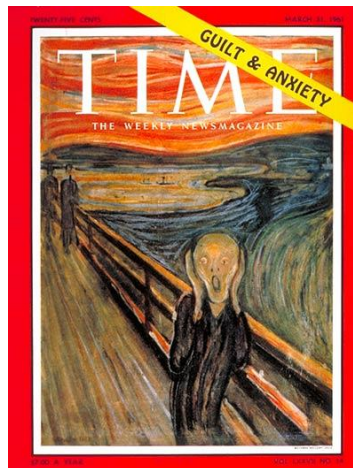


Figura 2: Capa da *Time*, março 1961

Outro movimento da imagem que pode ser citado aconteceu nos anos 80 quando Andy Warhol dedicou alguns trabalhos a obra do autor, incluindo uma reinterpretação de *O grito*, bem característica do autor pop. Com cores vibrantes e chapadas. Marcadas pelo delineamento das linhas. Porém mantendo a intenção da primeira obra. O sombrio e depressivo *O Grito* de desespero estava lá.

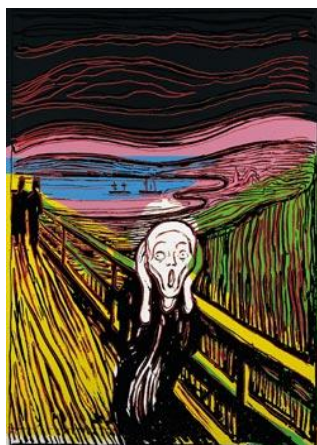


Figura 3: *Scream*, 1984
Fonte: Andy Warhol.

Erró, também artista da pop-art tem variações “d’O Grito” também. Em mais um *tour* dessa imagem. Em contraste com a frieza estética de Warhol, Erró dá um tom crítico a sua obra, que em português poderíamos chamar de *O segundo grito* (1967). Onde é apresentado claramente um rasante de um avião de guerra, fazendo referência a ocupação da Noruega e, de forma mais geral, aos horrores da segunda guerra mundial. Em *Ding Dong* (1979), ele contextualiza a obra de Munch em uma situação cômica. *O Grito* dessa obra, especificamente, é um desabafo contra a o agito de um grupo de crianças em um parque.



Figura 4: Erró *The Second Scream*, 1967 e Erró *Ding Dong*, 1979
Fonte: Baseado em Erró.

A releitura de obras evoca informações do cenário pós-moderno e a tecnologia poderosa e eficiente que perpassa o objeto real para um simulado e "recria" uma realidade nova. A recontextualização não abandona a alma de sua referência.

Se analisarmos a situação de revisão e movimento da obra através da semiótica temos que, independente das atualizações tecnológicas, é permitido ao homem reconhecer, estabelecer relações e extrair significados e conhecimentos de qualquer signo. Aqui, *O Grito* é reconhecido como ícone, índice ou símbolo e aspira um interpretante, ou seja, qualquer manifestação a seu favor que o refaça constantemente alterando sua relação com o signo.

Baudrillard (1994) afirma, ao falar sobre o processo, através do qual uma representação ou imagem toma crescentemente o lugar do objeto real que deve supostamente representar, que "simular é fingir ter o que não se tem", onde a ausência está implícita. E ainda, que a simulação ameaça a diferença entre o real e o falso, entre o real e o imaginário, na medida em que o imaginário pode tornar-se real e/ou impor-se sobre este através do estado de simulacro.

Poderíamos dizer que o simulacro seria um “fazer de conta”, mas um rompimento completo da diferença, no qual não seria possível testar e saber qual é qual. Baudrillard (1983) entende o simulacro como a transição para além da imitação, como uma cópia de algo real.

Por isso, o que observamos, a seguir, é que a obra de Munch, não passou apenas por simulações (que acabaram tomando um espaço de objeto real e não do real), mas sim por releituras. A transição da obra em arte plástica para cartazes que poderiam ser inúmeras vezes reproduzidos, e também, ser usada como referência para novas obras sem perder o seu poder de objeto real evidenciam os passeios em diferentes suportes e para diferentes públicos.

A obra de Munch tornou-se marca e foi reproduzida também em posters e outros objetos de consumo, entrando em um contexto de mercadologia, de comércio. Em 1991, o muralista Robert Fishbone criou uma versão boneco insuflável que vendeu milhares de cópias em todo o mundo.



Figura 5: Bonecos insufláveis de *O Grito* em aniversário em família e enfeitando a árvore de Natal.

O que os críticos diziam era que ao tirar a figura de seu contexto (a paisagem), Fishbone destruiu a singularidade do trabalho de Munch, neutralizando sua força expressiva. Mas a questão é que *O Grito* nessa transposição para produto, conseguiu andar mais alguns quilômetros em seu passeio.

Como um dos poucos trabalhos de arte reconhecidos instantaneamente mesmo por pessoas que nada sabem sobre arte, *O Grito* foi usado como referência para publicidades, desenhos animados e televisão.

Ghostface, o assassino psicopata da série de filmes *Scream*, levou a obra para o cinema. No filme, esconde a sua identidade sob uma máscara inspirada n’*O Grito*. Novamente, o contexto é alterado, e a obra é inserida em um enredo tomado por atitudes doentias de um assassino de uma obra cinematográfica, porém mantendo o desespero.

Outro da mesma ordem seria a expressão do ator Macaulay Culkin em filme de Chris Columbus chamado no Brasil de *Esqueceram de mim*. O ator em frente ao espelho do banheiro, grita num reflexo de dor ao acabar de passar loção pós-barba no rosto. Referência irônica, claro, porém conota, também, a dor do menino, que estava sozinho em casa, esquecido.



Figura 6: Cópia da máscara usada no filme *Scream* e o ator Macaulay Culkin em *Home alone*.

O roubo das duas versões da pintura foi ainda satirizado num episódio da série *Os Simpsons*. Agora, *O Grito* aparece em um contexto de desenho animado crítico e satírico da sociedade. Seu caráter de angústia e desabafo não é alterado apesar disso. O suporte em que a imagem está é que a direciona a determinados públicos.



Figura 7: *The Simpsons* (2007)
Fonte: baseado em www.fotolog.cl

Ao fazer uma análise rasa de Walter Benjamin, em *A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica* (1936) vemos que, a arte teria, em um primeiro momento, uma questão complexa que agrega valor cultural, autenticidade, diretamente ligada à

unicidade e beleza estética, movida por um sentido de contemplação. Valores que confeririam à obra um distanciamento de seu espectador. O que a partir da reprodutibilidade técnica levaria a “emancipação de sua existência parasitária, que lhe era imposta por sua função ritual” (BENJAMIM, 1936, p 217). A reprodutibilidade destruiria, assim, o valor de unicidade das obras.

Mas o que observamos é que a popularidade da obra de Munch e a possibilidade de manipulação, de reconfiguração, e até mesmo de recontextualização, não diminuíram seu valor cultural e artístico. O caráter lingüístico das imagens permite a possibilidade de criar interações entre modelo e imagem (modelo inteligível e representação sensível).

Há ainda muitas outras formas de expressão que utilizaram como referência a imagem “d’O Grito” ou foram inspiradas nela. O principal fato a ser levado em consideração é que a imagem do quadro de Munch está o tempo todo mudando de suporte e também de interpretações em formas de Re-mixagem, no sentido pós-moderno, proposto por André Lemos. Um conjunto de práticas sociais e comunicacionais de combinações, colagens, *cut-up* de informação a partir das tecnologias digitais. (LEMOS apud ARAUJO, 2006, p. 52).

Utilizada para marketing em camisetas, ou como fonte de educação e conhecimento sobre cultura, podemos a qualquer momento nos deparar com a obra ou com alguma referência a ela. Essa movimentação da imagem tem tornado *O Grito* cada vez mais conhecido, mesmo para quem não conhece o autor, como um símbolo de desespero, ou até mesmo como uma bandeira de luta contra o desespero, como podemos ver na imagem a seguir.



Figura 8: Público em exposição
Fonte: baseado em Gritos Urbanos.

Mais uma vez a obra de Munch sai a passeio, porém agora, como podemos observar nas fotografias, uma reprodução em escultura do artista plástico Jorge Vargas. Na verdade, temos ali uma reprodução da logomarca de um programa chamado Gritos Urbanos.

[...] mais que uma imagem, estratégia de marketing ou objeto cenográfico, aquele rosto expressivo e sua gigantesca boca é na verdade a personificação dos nossos gritos, gritos de desconforto, insatisfação com a realidade social da qual fazemos parte ou vemos outros fazerem. É *O Grito* que expressa a vontade que temos de mudar, de acordar a todos e trazê-los para a linha de frente desta batalha.” (GRITOS URBANOS)



Figura 9: Logomarca do programa de comunicação social desenvolvido por Carf Brasil e Jovens em ação

Fonte: baseado em Gritos Urbanos.

Estas reproduções mostram claramente o caráter icônico que adquiriu a obra de Munch, principalmente pela ideologia do programa que está transformando a imagem.

[...] as diversas manifestações socioculturais mostram que o que está em jogo com o excesso e a circulação virótica de informação nada mais é do que a emergência de vozes e discursos. (LEMOS apud ARAUJO, 2006, p. 54)

É o que vemos neste *Web site*, uma utilização da imagem de uma obra transformando-se em manifesto.

As ilustrações que seguem também mostram a presença tão marcante d'*O Grito* nos dias de hoje como um poderoso e inesquecível ícone. Segundo Lemos (apud ARAUJO, 2006, p. 52), atualmente “não há mais o autor, original e obra, vivemos

processos abertos, livres e/ou coletivos.” O que explica a apropriação, desvio e criação livre de tantos *remix*.



Figura 10: Estátua da liberdade em caricatura e Ilustração de Roberto Weigand sobre foto de Alex Soletto

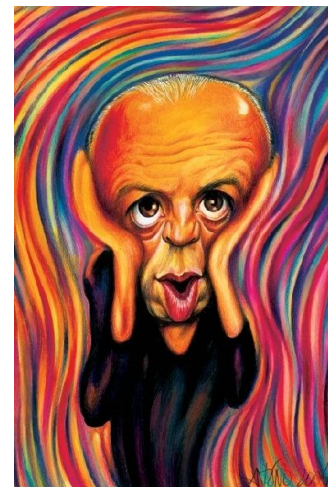


Figura 11: Cartoonists & writers syndicate. Hagen Verdens Gang Oslo Norway, 2001 e Antonio, 2004

Fonte: baseado em Cartoonweb.com

Enfim, os exemplos são inúmeros e confirmam que essa movimentação (ou remixagem) permitida frequentemente nas representações de imagens, geram novas reflexões, descobertas, discussões, formas de olhar e significar. As revisões, relocalações, releituras dessa obra contam com interesse e renovação permanentes em suas interpretações. A movimentação da imagem “d’O Grito”, passível de muitas



remixagens, faz despertar interesse sempre renovado, inclusive na obra original, e permite inúmeras análises.

Há ainda muitas outras reproduções desta obra espalhadas por diferentes suportes e com diferentes propósitos, porém uma coisa parece ser unânime: é uma imagem que retrata fielmente o desespero de alguém.

Referências bibliográficas

ARAUJO, Denize Correa (org.). **Imagem (ir)realidade: Comunicação e Cibernmídia**. Porto Alegre: Sulina, 2006

BAUDRILLARD, Jean. **De um Fragmento ao Outro**. São Paulo: Zouk, 2003;

_____. **Simulations**. Nova Iorque: Semiotext, 1983.

_____. The Precession of Simulacra (361-368). In: STOREY, John. **Cultural Theory and Popular Culture - A Reader**. Londres: Harvester Wheatsheaf, 1994.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: **Obras escolhidas**. Magia e Técnica, Arte e Política: ensaios sobre literatura e história da cultura. v. 1, p. 196-217. São Paulo: Brasiliense, 1936.

BLACK & Edson, Fotolog cl. Disponível em:
<<http://www.search.com/images?q=o+grito&topframe=1&page=11&int=1567&index=3>>.
Acesso em: 23 mar. 2009

FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das cores em publicidade**. São Paulo: Edgard Blucher, 1975. 172 p.

GRITOS URBANOS. **Programa de Comunicação Social**. Disponível em:
<<http://www.carfweb.net/gritos/>>. Acesso em: 17 out. 2007.

LE MOS, André. Ciber-Cultura-Remix. In: ARAUJO, Denize Correa (org.) **Imagem (Ir)realidade: Comunicação e Cibernmídia**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

MAFFESOLI, Michel. Religação Imaginal. In: ARAUJO, Denize Correa (org.). **Imagem (Ir)realidade: Comunicação e Cibernmídia**. Porto Alegre: Sulina, 2006.



MUNCH, Edvard. Edvard Munch Paintings. 1892. Disponível em:
<<http://www.edvardmunch.info/munch-paintings/munch-paintings/The-Scream-1893-2.asp>>.
Acesso em: 23 mar. 2009.

VERDENS, Hagen. **Cartoonists & writers syndicate**. Hagen Verdens Gang. Oslo, Noruega, 2001. Disponível em: <<http://www.cartoonweb.com/>>. Acesso em: 17 out. 2007.