

Fecha de recepción: marzo 2026

Fecha de aceptación: mayo 2026

Design e Velhice: Uma Análise Semiótica da Representatividade de Mulheres Velhas em Cartazes de Filmes Brasileiros¹

Júlia Ambrozini y Ana Ladeira⁽¹⁾

Resumo: Este artigo aborda o impacto que os cartazes de obras cinematográficas podem ter na criação e na representação de um imaginário coletivo a respeito das velhices femininas; expressas no plural, pois são muito diversas. Como mais mulheres velhas poderão existir, em âmbitos visíveis e socialmente relevantes, sem a construção de novos imaginários ou a desconstrução de imaginários antigos que as invisibilizam? Para isso, obras artísticas e culturais precisam preocupar-se em apresentar imagens de mulheres velhas heterogêneas e multifacetadas, desassociando as velhices femininas dos estereótipos aos quais o patriarcado as circunscreve. Esta sociedade, cada dia mais longeva, necessita mais referências de mulheres velhas e potentes, com múltiplas possibilidades, para além do papel de avó. Nessa perspectiva, a relevância deste trabalho consiste na problematização da construção dos cartazes de dois filmes brasileiros com protagonismo de mulheres velhas, *Aquarius* (2016), dirigido por Kléber Mendonça Filho, e *Vitória* (2025), dirigido por Andrucha Waddington. Tais produções reforçam estereótipos associados à velhice feminina ou contribuem para uma compreensão mais heterogênea das possibilidades de vivências de mulheres velhas? Para responder essa pergunta, fazemos uso de metodologias da semiótica plástica (Pietroforte, 2007), poeticidade (Jakobson, 1975) e teoria das cores (Farina, 1990). O referencial teórico do feminismo decolonial e o dos estudos do envelhecimento articulados ao campo crítico das ciências humanas e sociais, combinados aos referenciais do design, contribuem para provocar reflexões acerca do que pode ser percebido (e não somente visto) nas imagens mencionadas. Considerando que os cartazes ajudam a construir uma identidade cultural, compreendemos que contribuem para criar ideias, estereotipadas ou não, sobre a percepção social a respeito de mulheres velhas. Com o objetivo de analisar sua poeticidade e se fomentam o etarismo misógino, desconstruímos os cartazes para identificar semi-simbolismos. Concluímos que, em ambos cartazes, há uma relação não arbitrária entre os planos de expressão e de conteúdo; eles se correspondem e formam o sistema semi-simbólico, agregando sentido às narrativas imagéticas construídas, como autênticas poesias visuais. O cartaz de *Aquarius* (2016), contudo, não subverte os estereótipos de velhice, como a protagonista do filme faz. O cartaz de *Vitória* (2025), por sua vez, quebra padrões ao mostrar a personagem velha com traços evidentes de velhice e coragem, no entanto, é impossível dissociar o filme da questão da representatividade negra que foi menosprezada nessa produção. Vale destacar que a errônea compreensão de *mulheres velhas* como uma categoria que contempla a todas, sem atentar para raça, classe, orientação sexual e demais marcadores de diferenças, gera o apagamento de realidades

diversas. Trabalhos como este visam contribuir para que as velhices femininas, com todas as suas diversidades, possam ser encaradas sem subterfúgios.

Palavras-chave: velhice - gênero - raça - filmes brasileiros - cartazes - semiótica plástica - poeticidade - semi-simbolismo - representatividade - mulheres velhas.

[Resúmenes en español e inglés en la página 34]

(1) Ver CV en pág. 36

Introdução

Para além da invisibilidade, da fragilidade e da monstruosidade, como as velhices femininas são representadas imagetivamente em cartazes de produções audiovisuais brasileiras? Visando observar e ampliar a representatividade de mulheres velhas, neste artigo são protagonistas estas que, em grande parte das cenas, simplesmente estão ausentes. Pensemos em cenas de filmes, de livros, de novelas ou minisséries. Vemos mulheres velhas? Com que frequência são temas de matérias de revistas, de reportagens de jornais ou convidadas a entrevistas em programas de televisão? Que papéis as obras artísticas e a indústria cultural reservam para mulheres de mais de sessenta anos? Nossa preocupação reside no fato escancarado nas palavras de Susan Sontag (2024, p. 20, tradução nossa), de que “esta sociedade limita a liberdade das mulheres para imaginar a si mesmas”. Ainda que seu ensaio, “Os dois cânones do envelhecimento” (Sontag, 2024), tenha sido publicado, originalmente, há mais de meio século, segue vigente o extremo desinteresse social pela vida das mulheres a partir de uma determinada idade e a falta de múltiplas referências para que nos imaginemos velhas e potentes. O mesmo não ocorre com homens velhos; podem ter inclusive mais de setenta e seguem ocupando lugares de destaque na política, na academia, nas artes e na ciência. Sua aparência envelhecida não os desqualifica. Ao contrário, neles as rugas e os cabelos brancos podem inclusive ser considerados atraentes ou sinais de autoridade.

Tal disparidade, derivada do machismo e da misoginia combinados com o etarismo, nos motiva a problematizar as maneiras como rejeitamos, especificamente, as velhices femininas e como consideramos o corpo velho das mulheres, ou seja, um corpo atacado pela cotidiana obrigatoriedade de estar sempre leve, jovem e elegante, devendo sentir aversão e inclusive vergonha de qualquer sinal de maturidade expresso na pele. A repulsa direcionada ao envelhecimento feminino precisa ser a cada dia mais questionada, se quisermos que mais mulheres velhas possam trocar o lugar de esquecimento, que lhes é destinado, por lugares com inegável importância social. Nesse sentido, vale refletir sobre as repulsas que as mulheres sentem em relação a envelhecer, tendo em vista que esses sentimentos não

surgem de maneira natural, mas são construídos socialmente. Para que mulheres velhas possam existir com possibilidades diversas é necessário construir novos imaginários.

Assim sendo, partimos do entendimento de que “as imagens são como palavras com as quais marcamos as coisas que devemos aprender” (Yates, 2007, p. 41). Analisar as imagens, portanto, em vez de algo inofensivo, contribui para que enxerguemos com olhos mais apurados o que talvez estejamos vendo de maneira pouco atenta. Nessa toada, seguimos a abordagem semiótica, que Stuart Hall (2016, p. 26) define como “o estudo ou a ‘ciência dos signos’ (e) se concentra em *como* a representação e a linguagem produzem sentido – o que tem sido chamado de “poética”. Defendemos, igualmente, junto com Gloria Anzaldúa (2019, p. 333) que “nada acontece no mundo ‘real’ a menos que aconteça primeiro nas imagens em nossas mentes”, de modo que atentar para o imaginário e para a urgência de ampliá-lo move esta pesquisa. Vale acrescentar que, devido ao racismo, são diferentes os imaginários envolvidos, por exemplo, nas possibilidades de envelhecimento de mulheres brancas e de mulheres negras. As mulheres brancas que envelhecem lidam com o etarismo, enquanto as mulheres negras que envelhecem têm de lidar com o racismo (desde a infância) e com o etarismo.

Entendemos como fundamental que obras artísticas e culturais apresentem imagens de mulheres velhas diversas, pois há múltiplas formas de vivenciar essa etapa da vida. O compromisso com a diversidade, nesse âmbito, contribui para desassociar as velhices femininas dos estereótipos aos quais o patriarcado as circunscreve. Trabalhamos com a interseccionalidade no sentido de “dar instrumentalidade teórico-metodológica à inseparabilidade estrutural do racismo, capitalismo e cisheteropatriarcado”, como elucida Carla Akotirene (2018, p. 14). Apesar das diferenças e das desigualdades, percebemos que para a grande maioria das mulheres velhas na nossa sociedade, sobra, na melhor das hipóteses, o papel de avó e, no pior dos casos, a total inexistência social. As que não se encaixam nos termos “supostamente inofensivos”, *idosas* e *anciãs*, também parecem ficar sem lugar. Vale nos perguntarmos se o termo “velha” é ofensivo por si só ou se ofensivas são as formas como as mulheres mais velhas são tratadas nas sociedades ocidentais. Chamar a velhice de *terceira idade* ou *melhor idade* atenua o fato de que essa é a fase mais próxima do fim natural da vida? É compreensível o medo da morte, porém, o uso de eufemismos rouba a potência dessa etapa da existência. Optamos pelo uso do termo *velha*, visto que o entendemos como Eliane Brum (2014), dotado de grande força e possibilidades, enquanto *idosa* evoca uma imagem de fragilidade comovente.

Há amplo material produzido a respeito da velhice, desde as últimas décadas do século XX, como enfatiza Alda Motta (2013), contudo, curiosamente, “sobre a mulher velha como categoria de análise, a produção rareia” (Motta, 2013, p. 16). No Brasil, a maioria das pessoas com mais de sessenta anos são mulheres, segundo o censo de 2022. Ainda assim, as mulheres velhas seguem invisibilizadas. Nessa perspectiva, a relevância deste trabalho consiste na problematização desenvolvida sobre a construção dos cartazes de dois filmes brasileiros com protagonismo de mulheres velhas, *Aquarius* (2016) e *Vitória* (2025). Reforçam estereótipos associados à velhice feminina ou contribuem para uma compreensão mais heterogênea das possibilidades de vivências de mulheres velhas? Utilizamos metodologias da semiótica plástica (Pietroforte, 2007), poeticidade (Jakobson,

1975) e teoria das cores (Farina, 1990), para tentar responder essa pergunta, bem como nos guiam o referencial teórico do feminismo decolonial, e dos estudos do envelhecimento articulados ao campo crítico das ciências humanas e sociais. Tais referenciais, de maneira combinada, contribuem para que provoquemos reflexões acerca do que pode ser percebido (e não somente visto) nos cartazes mencionados.

Design de Cartazes, Geração de Significados e Memória

Os cartazes acumularam diversas funções ao longo da história, como estimular o consumo, divulgar uma ideia, ideologia ou serem peças puramente com valor estético, como visto na obra de Moles (1978), intitulada *O Cartaz*. Segundo Hollis (2000), para resumir histórias e chamar atenção de um determinado público, as imagens e as palavras do cartaz precisam ser sucintas e vinculadas a um significado único e fácil de lembrar. No contexto cinematográfico, os cartazes vão além da função comercial de vender ingressos ou atrair a atenção. Funcionam também como poesias visuais capazes de antecipar metáforas sobre a história que será contada na obra. Essa antecipação se dá por meio da construção de uma relação intencional, entre os elementos constituintes do projeto gráfico: cor, forma, fotografia, ilustração, diagramação, tipografia e o próprio conteúdo textual. Cada um desses elementos, isolados ou relacionados entre si, aponta significados que comunicam e tornam o cartaz mais memorável.

Em lugar de buscar a intenção original de quem elaborou os cartazes ou tentar prever as prováveis significações que cada pessoa identificou, de acordo com sua visão de mundo e bagagem cultural, apresentaremos leituras possíveis de significados. Para isso, nos baseamos nos signos presentes nos cartazes ou que seus elementos suscitam, investigando especialmente as formas como mulheres velhas são representadas nessas obras. Considerando que os cartazes ajudam a construir uma identidade cultural, compreendemos que contribuem para criar ideias, estereotipadas ou não, sobre a percepção social a respeito de mulheres velhas.

Metodologia

Com o objetivo de analisar a poeticidade de cada cartaz e se eles reforçam preconceitos que recaem sobre mulheres velhas, aproveitaremos a linha metodológica utilizada por Macedo (2008) e proposta por Oliveira (2006). Ou seja, partiremos de um pequeno resumo das obras cinematográficas, acompanhado da descrição detalhada dos elementos constitutivos do cartaz. Em seguida, vem a desconstrução e apontamentos de semi-simbolismos, o que nos levará a observar a existência de possíveis estereótipos presentes e, de algum modo, relacionados com o conteúdo dos filmes. Destacamos que nos interessa particularmente, nesse processo de desconstrução das imagens, identificar as linhas que determinam

a macroestrutura visual, apontar os elementos constitutivos das imagens e perceber conexões entre os elementos e blocos de elementos entre si. Após essa etapa, aplicaremos a metodologia proposta por Pietroforte (2007) para identificar semi-simbolismos. Vale ter em mente que, segundo Macedo (2008), é tarefa inútil tentar traduzir as intenções de comunicação do autor através da desconstrução da obra, pois toda obra de arte é aberta (Eco, 2015) e consideramos que

ninguém tem a menor ideia do que o autor quis dizer; o próprio autor não domina toda a significação da imagem que produz. [...] Interpretar uma mensagem, analisá-la, não consiste certamente em tentar encontrar ao máximo uma mensagem preexistente, mas em compreender o que essa mensagem, nessas circunstâncias, provoca de significações aqui e agora, ao mesmo tempo que se tenta separar o que é pessoal do que é coletivo (Joly, 1996: 44).

A seguir, analisaremos os cartazes dos filmes.

Análise do Cartaz de *Aquarius* (2016)

Aquarius é um filme de Kleber Mendonça Filho, lançado em 2016. O longa acumulou dezenas de prêmios e indicações em festivais prestigiados. Trata-se da história de Clara, mulher branca, jornalista aposentada e escritora, de 65 anos, que, além de sobrevivente de um câncer de mama, é mãe de três filhos. A obra explora aspectos íntimos e triviais de sua rotina. Em paralelo, é mostrado um grande problema social: a pressão sofrida devido à especulação imobiliária que acontece em Recife. Dividida em três atos (“O cabelo de Clara”, “O amor de Clara” e “O câncer de Clara”), a narrativa desafia estereótipos sobre a sexualidade e a autonomia na velhice, pois Clara é intensa, independente, tem amigos que flertam, falam sobre isso, e ela própria também flerta, além de não levar desaforo para casa. A protagonista é a última ocupante do edifício que dá nome ao filme e resiste até o fim a todas as investidas desleais da construtora. Ela demonstra vigor e personalidade ao enfrentar as pressões externas, que variam de conflitos familiares a ameaças diretas de ex-moradores do prédio e principalmente da construtora que deseja demolir o pequeno edifício para construir um maior e mais moderno. Além disso, há críticas sobre “a relação patroa-empregada” no Brasil, com um diálogo contundente entre Clara e sua cunhada, também de classe social favorecida. Clara tenta lembrar o nome de uma das cozinheiras que, segundo afirma, “fazia uma comida maravilhosa, todo mundo adorava ela, lembra? E acabou que era uma filha da puta, roubou nossas joias, pegou joias da mamãe (...)”. A cunhada diz que é inevitável que isso aconteça e acrescenta: “A gente explora elas, elas roubam a gente de vez em quando... e assim vai, né?”. Em vez de discordar, Clara responde: “Você tá certa” (Mendonça Filho, 2016, 1:34:38). O cartaz promocional do filme é o seguinte:



Figura 1.
Cartaz do filme Aquarius (2016)

Percebe-se a Clara caminhando em um espaço estreito e escuro, entre dois muros; um deles de concreto (à direita) e o outro revestido por uma cerca viva (plantas trepadeiras). Ao fundo, a imagem mostra uma área iluminada que traz o contraste entre o primeiro e segundo plano do cartaz. A protagonista olha para o muro da esquerda. Com algum esforço, notamos que seu olhar se dirige à mesma direção da única flor que pode ser observada nessa imagem, localizada no canto esquerdo superior. Seu cabelo está preso. E a posição de seu rosto esconde ao máximo os sinais da idade; as rugas não estão visíveis, o pescoço e as mãos tampouco aparentam sinais de velhice; a personagem tem uma expressão apreensiva e um tanto triste.

Em relação ao conteúdo textual: hierarquicamente, o logotipo do filme é a informação que mais chama atenção e está escrito numa fonte que tem formato verticalizado e possui um alto contraste entre suas hastes (grossas e finas). O logotipo conecta o muro da esquerda, a protagonista e o muro da direita. Agrupados ao logotipo temos duas informações importantes (acima, a segunda informação textual de maior destaque: a indicação ao festival de Cannes; abaixo, o nome do diretor). Na margem superior do cartaz, em destaque e maiúsculas, o nome da renomada atriz Sônia Braga. Acima do nome da atriz, informações textuais que ocupam um lugar de menor importância na hierarquia, portanto a tipografia também está bem fina e pequena.

Graficamente, o cartaz expõe paralelas verticais bem acentuadas: as forças das linhas dos muros que sobem, a figura humana e a diagramação do conteúdo textual e, inclusive, a escolha da fonte tipográfica do logotipo (que possui uma altura de “X” alta). Todas essas linhas verticais reforçam, segundo Samara (2010), os conceitos de crescimento e velocidade; elementos que representam uma metáfora para a verticalização das orlas de Recife (a ganância da especulação imobiliária). O espaço estreito e escuro pode ser lido como o perigo que Clara corre ao enfrentar a poderosa construtora, que não poupa esforços para ameaçá-la de diferentes maneiras, ou até mesmo a pressão que ela sofre de ex-vizinhos e da própria filha para vender seu apartamento. Consideramos que o muro da esquerda, para onde Clara está olhando, representa o seu desejo: continuar morando no prédio sem alterações na sua forma original, que remete às suas raízes, sua história, onde seus filhos cresceram, um lugar de alto valor sentimental. Não à toa esse muro está coberto por plantas, ou seja, coberto de vida. Já o muro da direita, de concreto cinza, remete, segundo a psicologia das cores (Farina, 1990) à frieza e à ausência de vida (uma metáfora para o lugar que a construtora ocupa na mente de Clara). O nome do filme é também o nome do prédio da trama, *Aquarius*, e conecta a história da vida de Clara com a história da construtora. No cartaz, essa ligação está evidente através da horizontalidade do logotipo, que praticamente encosta nos muros e passa por cima de Clara. Ela olha na mesma direção onde há a única flor (justamente o órgão reprodutor da planta, um símbolo de fertilidade), que pode representar um aceno para a sua sexualidade viva. A tipografia utilizada é uma *didone* elegante, com altura de X alta e forte contraste entre as hastes. Tais características também reforçam as relações de diferença entre Clara e a construtora, assim como os comentários sobre desigualdades sociais retratados no filme.

Semi-simbolismo e poeticidade no cartaz de *Aquarius*

Baseando-nos na análise anterior e aplicando a metodologia de Pietroforte (2007) supracitada, identificamos uma oposição básica entre “Memória” e “Apagamento”, no texto sincrético do cartaz. “Memória” se refere a cores quentes e alegres atrás da protagonista e no muro à esquerda que é vivo, tem plantas e até uma flor, enquanto o “Apagamento” é representado pelo muro de concreto, cinza-azulado, a cor mais fria presente no cartaz e na sombra que paira sob os muros e a protagonista.

O logotipo do filme também se refere ao conteúdo semântico relacionado à protagonista, ou seja, “memória”. Como este é um trabalho que se baseia em semiótica plástica, os elementos textuais foram analisados segundo suas propriedades plásticas, ou seja, tamanho, cor e fonte. O esquema abaixo organiza os elementos plásticos do cartaz que podem ser associados aos valores semânticos de “memória” vs. “apagamento”. (Tabela 1).

Tabela 1. *Oposições Identificadas no Cartaz de Aquarius*

MEMÓRIA	X	APAGAMENTO
Clara olhando para o muro		Clara no ambiente escuro, perigoso
Muro com cerca viva (plantas)		Muro de concreto
Flor (a única no muro inteiro)		Cabelo preso
Abiente iluminado (de onde ela veio)		Ambiente escuro (onde ela está)
Tipografia do logotipo "Aquarius"		Espaço estreito entre os muros por onde Clara precisa passar

No que se refere à imagem fotográfica, podemos diferenciar os elementos a partir da categoria cromática (claro *vs.* escuro): Clara, os muros (cores frias e mais escuras) e o fundo (cores quentes e iluminadas); a partir da categoria topológica (primeiro plano *vs.* segundo plano): Clara e os muros aparecem em primeiro plano enquanto o fundo iluminado, em segundo plano. E, também, a partir da categoria eidética (orgânico *vs.* inorgânico), ou seja, o muro com plantas e o muro de concreto. Ao entrelaçar essas três categorias plásticas, sinalizamos os paradigmas de cada plano (e não os elementos individuais), no esquema abaixo:

Tabela 2. *Semi-simbolismo com categorias eidética, topológica e cromática – Aquarius.*

PLANO DE ANÁLISE	X	ELEMENTOS IDENTIFICADOS
Plano de conteúdo		Memória <i>vs.</i> apagamento
Plano de expressão		Orgânico (linhas sinuosas das plantas) <i>vs.</i> inorgânico (linhas retas do concreto)
		Cores quentes <i>vs.</i> cores frias
		Primeiro plano <i>vs.</i> Plano de fundo

No plano de expressão, nota-se que a diagramação vertical e o contraste entre os planos (primeiro vs. segundo) organizam-se sintagmaticamente. Já no plano de conteúdo, a cena fotográfica abre margem para substituições que tornam as relações paradigmáticas mais complexas. Essa relação entre os eixos paradigmáticos e sintagmáticos justifica o caráter semi-simbólico e poético do cartaz de *Aquarius*. Como bem pontua Jakobson (1975), a poética extrapola a barreira do verbal, portanto, a combinação desses eixos faz o cartaz deixar de ser apenas informativo para ser uma mensagem ambígua e autorreferenciada, tendo status de poesia visual.

Podemos afirmar, então, que o cartaz de *Aquarius* antecipa a mensagem do filme através de metáforas visuais. Ainda que Clara esteja olhando para o lado da flor, um aceno metafórico para sua vitalidade/sexualidade, os longos cabelos da protagonista não se mostram e a roupa que usa cobre o seu corpo inteiro, conferindo a ela uma sobriedade clichê de mulheres velhas, que, como afirma Sontag (2024) só são consideradas belas quando não aparentam ter a sua idade verdadeira. A sociedade misógina e etarista na qual vivemos “não permite que em nossa imaginação exista espaço para uma linda mulher velha, que de fato pareça uma mulher velha” (Sontag, 2024, p. 36, tradução nossa). Concluímos que há uma tensão representativa: apesar de o enredo do filme definitivamente contribuir para a construção de uma imagem mais heterogênea e representativa de mulheres velhas, o cartaz é contido em relação a isso.

Análise do Cartaz de *Vitória* (2025)

Vitória, filme dirigido por Andrucha Waddington e, inicialmente, por Breno Silveira (in memoriam), é um longa mais recente, baseado no livro “Dona Vitória Joana da Paz”, de Fábio Gusmão, que conta a história real de Joana Zeferino da Paz, mulher negra, aposentada, que viveu anos em um programa de proteção a testemunhas, pois denunciou uma movimentação criminosa que acontecia em frente a sua casa.

Apesar de existirem atrizes velhas e negras renomadas para escalar para o papel da protagonista, optou-se por chamar a atriz Fernanda Montenegro que, por mais premiada e competente que seja, é uma mulher branca. Sabemos que mulheres negras não são chamadas para representar personagens históricas brancas no cinema. Por que então chamar uma branca para protagonizar uma história real cuja verdadeira protagonista era uma mulher negra? Essa decisão não gera ainda mais apagamento de mulheres velhas negras? Difícil citar um longa-metragem brasileiro atual com uma protagonista negra de mais de sessenta anos. Na história, Joana se chama Nina e mora em Copacabana, bairro carioca famoso por suas praias e por suas desigualdades sociais. Após quase ser vítima de uma “bala perdida”, em sua própria residência, ela denuncia a criminalidade à polícia, sem sequer cogitar a possibilidade de a polícia estar envolvida em tais crimes, o que acaba se confirmando mais adiante. É importante mencionar que, apesar de morar num bairro de maioria endinheirada, e de contar com sua aposentadoria, a protagonista precisa seguir trabalhando para poder pagar as contas. Assim sendo, comprar uma câmera para registrar provas representa um

rombo nas suas economias. Mesmo tendo provas, ninguém se interessa pelo conteúdo das fitas, até que Flávio Godoy, jornalista policial, resolve ajudá-la a dar visibilidade ao caso. Ele também se preocupa em proteger Nina, sugerindo que se submeta ao programa de proteção a testemunhas. Em um primeiro momento, ela recusa, pois, em sua visão, não é criminosa para ter de abrir mão de sua liberdade. Esse tipo de atitude combina com outras que endossam a inocência e a bondade de Nina, expressas em seu tom de voz dócil, em suas bochechas rosadas, em seus cabelos brancos brilhantes e muito bem penteados, fazendo com que a construção da personagem combine muito bem com uma vovó indulgente, meiga e protetora, além de trabalhadora. Todas essas questões estéticas, que pautam a construção da protagonista, influenciam como o público irá percebê-la. Que percepção teríamos se vissemos, no cinema, uma atriz negra representando Joana Zeferino da Paz, mulher negra que realmente existiu e lutou por justiça social e contra a criminalidade? Será que só há espaço, em nossa sociedade racista, para uma mulher velha e negra, com características de heroína, se esta se encaixar no estereótipo de vovó branca?

Feitas essas considerações, segue o cartaz do filme:



Figura 2.
Cartaz do filme Vitória (2025)

A imagem do cartaz mostra Nina segurando sua câmera entre as frestas da persiana. Uma parte da câmera fica do lado de fora e outra parte fica dentro. A câmera aponta para a boca de fumo e quebra o limite entre os dois ambientes, tal como a bala perdida que invade seu apartamento no início da trama. Somente o rosto de Nina está iluminado. Em nossa análise, a luz ressalta a exposição da personagem frente ao crime; ela é um alvo fácil. A luz também traz um caráter ético para a personagem, como se dissesse que ela tem coragem de fazer o que é certo, custe o que custar. Além disso, a luz destaca a centralidade da protagonista: mulher branca, iluminada, reveladora. Em oposição, atrás dela, está o jornalista Flávio Godoy, nas sombras (protegido e cauteloso), integrado ao apartamento que também está no escuro. A esquerda da composição, percebe-se o detalhe que faz toda a diferença: o vidro da janela (tal como o vidro da câmera) reflete exatamente a subida da favela, onde é possível divisar um personagem segurando uma arma. Esse reflexo tira qualquer dúvida: está claro que o perigo se localiza bem na frente da casa da protagonista. Há também um jogo interessante em relação às miras: Nina aponta sua arma (a câmera), enquanto o personagem armado, empunha sua arma de verdade. Essa relação de mira pode ser percebida pelas linhas diagonais que podemos imaginar saindo do olhar de Nina e da lente da câmera: ambas vão de encontro ao figurante armado. Nas venezianas, é visível a força das linhas horizontais que, segundo Samara (2010), evocam significados de estabilidade, segurança e lentidão; metáfora para a personalidade da protagonista, e também algum tipo de invasão ou interrupção, representado pela câmera entortando a “linha horizontal” da cortina.

Em relação ao conteúdo textual, o único elemento verbal do cartaz analisado semioticamente, o logotipo que compõe “VITÓRIA”, aparece escrito em letras maiúsculas, numa fonte quase geométrica, sem ornamentos ou serifas (combinando com a gravidade do tema investigado: o crime) e de peso leve (ou seja, com espessura bem fina). Assim, serve como metáfora para o quão frágil e exposta é a situação de Nina na história. Ela chama atenção demais, mesmo sabendo que corre grande perigo, fato reforçado pelo logotipo: uma mancha gráfica branca de alto contraste posicionada numa área escura do cartaz.

Semi-simbolismo e Poeticidade no Cartaz de Vitória

Pode-se dizer que a oposição básica no texto sincrético do cartaz é: “Exposição”, sendo relativo ao que está exposto à luz do Sol (Nina, a câmera e o traficante) *versus* “Preservação”, representado por tudo que está nas sombras (o interior do apartamento e o jornalista). O esquema abaixo organiza os elementos plásticos do cartaz que podem ser associados aos valores semânticos de “Exposição” vs. “Preservação”.

Tabela 3. Oposições identificadas no cartaz Vitória.

EXPOSIÇÃO	X	PRESERVAÇÃO
Dentro		Fora
Nina (rosto iluminado)		Flávio Godoy, nas sombras
Câmera (metade para fora)		Interior do apartamento, no escuro
Traficante refletido no vidro		Persianas (barreira que protege)
Logotipo branco, maiúsculo		Fundo escuro

Em relação à imagem fotográfica, pode-se observar a presença de duas categorias plásticas: cromática e topológica. Há um agrupamento de imagens dividido em áreas de claro vs. escuro (categoria cromática), são elas: rosto de Nina, câmera, traficante e favela (cores quentes, saturadas e iluminadas); Flávio Godoy e o interior do apartamento (cores mais frias, nas sombras). Quanto ao agrupamento em primeiro plano vs. segundo plano (categoria topológica), Nina, Flávio Godoy e até o reflexo do traficante e da favela estão em primeiro plano. O interior do apartamento, em segundo plano. Relacionando essas duas categorias plásticas entre si, apontamos os paradigmas de cada plano (e não os elementos individuais) no esquema abaixo:

Tabela 4. Semi-simbolismo com categorias topológica e cromática - Vitória

PLANO DE ANÁLISE	X	ELEMENTOS IDENTIFICADOS
Plano de conteúdo		Exposição vs. preservação
Plano de expressão		Cores quentes vs. cores frias
		Primeiro plano vs. plano de fundo

A partir daí, é possível apontar relações semi-simbólicas no cartaz, nas quais as categorias paradigmáticas do plano de expressão acenam para a categoria semântica “exposição vs preservação”. Podemos concluir que o cartaz de *Vitória* antecipa a mensagem do filme

por meio de metáforas visuais de vigilância e perigo. Há, contudo, um sério problema de representatividade na obra cinematográfica: a história real na qual o filme se baseia retrata a vivência de uma mulher negra em uma situação heroica. A escolha estética de uma atriz branca para interpretar uma protagonista negra gerou muitas críticas pois perverte a história em prol de um apelo emocional mais palatável, baseado em clichês racistas. Assim sendo, ao mesmo tempo em que a obra traz visibilidade para um caso histórico de coragem, não se dissocia do racismo ao decidir que a corajosa mulher velha e negra seja apagada pela interpretação de uma mulher velha branca, iluminada e caracterizada pela doçura da “vovó” convencional, o estereótipo da heroína branca salvadora.

Conclusão

Este trabalho aborda o impacto que os cartazes podem ter na criação e na representação de um imaginário coletivo, com uma lente focada na velhice feminina. Pietroforte (2007, p. 89) afirma que quanto mais relações de semi-simbolismo uma obra tem, mais próxima de um simbolismo ela se torna, ou seja, “a relação entre forma e conteúdo deixa de ser arbitrária”, confirmando ainda mais a importância de olharmos de perto e atentamente essas produções visuais e refletirmos criticamente sobre as mensagens que elas comunicam. Analisamos os cartazes dos longas-metragens *Aquarius* (2016) e *Vitória* (2025) e, em ambos, identificamos uma relação não arbitrária entre os planos de expressão e de conteúdo, ou seja, eles se correspondem e formam o sistema semi-simbólico, agregando sentido às narrativas visuais construídas nas imagens.

Em suma, em nossa análise, o cartaz de *Aquarius* não subverte os estereótipos de velhice (como a protagonista do filme faz). O cartaz de *Vitória*, por sua vez, quebra padrões ao mostrar a personagem velha com traços evidentes de velhice e coragem, no entanto é impossível dissociar o filme da questão da representatividade negra para a qual a classe dominante, em geral, reserva desprezo e indiferença, no intuito de manter intocáveis os seus privilégios (Gonzalez, 2020). Em uma sociedade cada dia mais longeva, é essencial que haja espaços para que mulheres velhas possam existir em todas as suas diversidades e potencialidades. Trabalhos como este visam contribuir para que as velhices femininas possam ser encaradas, em suas multiplicidades, sem subterfúgios.

Nota

1. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

Referências

- AdoroCinema. (2016). *Cartaz do filme Aquarius* [Imagem]. <https://www.adorocinema.com/filmes/filme-239210/>
- AdoroCinema. (2025). *Cartaz do filme Vitória* [Imagem]. <https://www.adorocinema.com/filmes/filme-304270/>
- Akotirene, C. (2019). *Interseccionalidade*. Pólen; Sueli Carneiro.
- Anzaldúa, G. (2019). La conciencia de la mestiza / Rumo a uma nova consciência. In H. B. de Hollanda (Org.), *Pensamento feminista: conceitos fundamentais*. Bazar do Tempo.
- Brum, E. (2014). *Me chamem de velha!* Geledés. <https://www.geledes.org.br/chamem-de-velha-por-eliane-brum/>
- Eco, U. (2015). *Obra aberta* (10. ed.). Perspectiva.
- Farina, M. (1990). *Psicodinâmica das cores em comunicação* (4. ed.). E. Blucher.
- Gonzalez, L. (2020). *Por um feminismo afro-latino-americano: ensaios, intervenções e diálogos* (F. Rios & M. Lima, Orgs.). Zahar.
- Hall, S. (2016). *Cultura e representação*. PUC-Rio; Apicuri.
- Hollis, R. (2000). *Design gráfico: uma história concisa* (1. ed.). Martins Fontes.
- Jakobson, R. (1975). *Linguística e comunicação* (8. ed.). Cultrix.
- Joly, M. (1996). *Introdução à análise da imagem* (5. ed.). Papirus.
- Macedo, M. (2008). *Semiótica plástica na análise de cartazes de cinema: metaforização de estigmas sociais em cartazes de filmes brasileiros* [Trabalho de conclusão de curso de bacharelado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul]. Lume Repositório Digital. <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/15147>
- Mendonça Filho, K. (Diretor). (2016). *Aquarius* [Filme]. Vitrine Filmes.
- Moles, A. (1978). *O cartaz*. Perspectiva.
- Motta, A. (2013). As idades da mulher. *Revista Feminismos*, 1(3).
- Oliveira, S. (2006). *Imagem também se lê*. Rosari.
- Pietroforte, A. (2007). *Semiótica visual: os percursos do olhar*. Contexto.
- Samara, T. (2010). *Elementos do design: guia de estilo gráfico*. Bookman.
- Sontag, S. (2024). *De las mujeres*. Penguin.
- Waddington, A. (Diretor). (2025). *Vitória* [Filme]. Conspiração Filmes; Globoplay.
- Yates, F. (2007). *A arte da memória*. Editora da Unicamp.

Resumen: Este artículo aborda el impacto que los carteles de películas pueden tener en la creación y la representación de un imaginario colectivo sobre las vejez femeninas; expresadas en plural, ya que son muy diversas. ¿Cómo podrán existir más mujeres viejas, en ámbitos visibles y socialmente relevantes, sin la construcción de nuevos imaginarios y sin la deconstrucción de los antiguos que las invisibilizan? Para ello, las obras artísticas y culturales deben preocuparse por presentar imágenes de mujeres viejas heterogéneas y multifacéticas, desvinculando la vejez femenina de los estereotipos a los que el patriarcado

la circunscribe. Esta sociedad, cada vez más longeva, necesita más referentes de mujeres viejas y poderosas, con múltiples posibilidades, más allá del papel de abuela. Desde esta perspectiva, la relevancia de este trabajo consiste en cuestionar la construcción de los carteles de dos películas brasileñas protagonizadas por mujeres viejas: *Aquarius* (2016), dirigida por Kléber Mendonça Filho, y *Vitória* (2025), dirigida por Andrucha Waddington. ¿Refuerzan estas producciones los estereotipos asociados a la vejez femenina o contribuyen a una comprensión más heterogénea de las posibilidades de las experiencias de las mujeres viejas? Para responder a esta pregunta, utilizamos metodologías de la semiótica plástica (Pietroforte, 2007), la poeticidad (Jakobson, 1975) y la teoría del color (Farina, 1990). El marco teórico del feminismo descolonial y el de los estudios sobre el envejecimiento, vinculados al ámbito crítico de las ciencias humanas y sociales, combinados con los fundamentos del Diseño, contribuyen a suscitar reflexiones sobre lo que puede percibirse (y no solo verse) en las imágenes mencionadas. Teniendo en cuenta que los carteles ayudan a construir una identidad cultural, entendemos que contribuyen a crear ideas, estereotipadas o no, sobre la percepción social respecto a las mujeres viejas. Con el objetivo de analizar su poeticidad y si fomentan el edadismo misógino, deconstruimos los carteles para identificar semisimbolismos. Concluimos que, en ambos carteles, existe una relación no arbitraria entre los planos de expresión y de contenido; estos se corresponden y forman el sistema semisimbólico, añadiendo sentido a las narrativas imagéticas construidas, como auténticas poesías visuales. El cartel de *Aquarius* (2016), sin embargo, no subvierte los estereotipos de la vejez, como lo hace la protagonista de la película. El cartel de *Vitória* (2025), por su parte, rompe moldes al mostrar a la anciana con rasgos evidentes de vejez y valentía; sin embargo, es imposible disociar la película de la cuestión de la representatividad negra, que fue menospreciada en esta producción. Cabe destacar que la concepción errónea de las mujeres viejas como una categoría que las engloba a todas, sin tener en cuenta la raza, la clase, la orientación sexual y otros marcadores de diferencia, genera el borrado de realidades diversas. Trabajos como este pretenden contribuir a que las vejeces femeninas, con toda su diversidad, puedan ser contempladas sin subterfugios.

Palabras clave: vejez - género - raza - películas brasileñas - carteles - semiótica plástica - poeticidad - semisimbolismo - representatividad - mujeres viejas.

Abstract: This article examines the impact that movie posters can have on the creation and representation of a collective imagination regarding female aging—expressed in the plural, as these experiences are highly diverse. How can more old women exist in visible and socially relevant spheres without the construction of new imaginaries or the deconstruction of old ones that render them invisible? To achieve this, artistic and cultural works must strive to present images of heterogeneous and multifaceted old women, disassociating female aging from the stereotypes to which patriarchy confines them. This society, which is living longer and longer, needs more references to powerful old women with multiple possibilities, beyond the role of grandmother. From this perspective, the relevance of this study lies in examining the design of the posters for two Brazilian films featuring elderly

women in leading roles: *Aquarius* (2016), directed by Kléber Mendonça Filho, and *Vitória* (2025), directed by Andrucha Waddington. Do these productions reinforce stereotypes associated with female aging, or do they contribute to a more heterogeneous understanding of the possibilities of old women's lived experiences? To answer this question, we employ methodologies from visual semiotics (Pietroforte, 2007), poeticity (Jakobson, 1975), and color theory (Farina, 1990). The theoretical frameworks of decolonial feminism and aging studies, linked to the critical field of the humanities and social sciences, combined with design frameworks, contribute to provoking reflections on what can be perceived (and not merely seen) in the images mentioned. Considering that posters help construct a cultural identity, we understand that they contribute to creating ideas—stereotypical or not—about social perceptions regarding old women. With the aim of analyzing their poeticity and whether they foster misogynistic ageism, we deconstructed the posters to identify semi-symbolisms. We conclude that, in both posters, there is a non-arbitrary relationship between the planes of expression and content; they correspond and form the semi-symbolic system, adding meaning to the constructed visual narratives, like authentic visual poetry. The poster for *Aquarius* (2016), however, does not subvert stereotypes of old age, as the film's protagonist does. The poster for *Vitória* (2025), on the other hand, breaks with convention by depicting the elderly character with evident signs of aging and courage; however, it is impossible to separate the film from the issue of Black representation, which was neglected in this production. It is worth noting that the erroneous understanding of *old women* as a category that encompasses everyone, without regard to race, class, sexual orientation, and other markers of difference, leads to the erasure of diverse realities. Works like this aim to contribute to ensuring that female aging, in all its diversity, can be viewed without evasion.

Keywords: old age - gender - race - Brazilian films - movie posters - visual semiotics - poetic quality - semi-symbolism - representationality - old women.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo.]

Júlia Ambrozini. Professora de design no curso de jornalismo do UNIFLU (Centro Universitário Fluminense) desde 2022, pós-graduada em Gestão, design e marketing no IFF (Instituto Federal Fluminense) e tecnóloga em Design Gráfico também pelo IFF. Seus interesses de pesquisa são gênero e autoria. Email: ambrozini.julia@gmail.com

Ana Ladeira. Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Educação da UERJ e bolsista CAPES. Sua dissertação de mestrado, “Memórias dissidentes de professoras de crianças: episódios de lesbofobia cotidiana”, recebeu menção honrosa no Prêmio ABETH de Teses e Dissertações de 2023. Entre 2025 e 2026, cursa o período sanduíche do doutorado, na Universidade Alberto Hurtado, de Santiago do Chile, com o projeto de tese “Mulheres velhas: escritoras e personagens”. E-mail: ana.poeta.ladeira@gmail.com