



Milena de Moraes Denardin

TRABALHO FINAL DE GRADUAÇÃO II

**A MAQUIAGEM E A LINGUAGEM VISUAL COMO RECURSO ESTÉTICO
NOS CARTAZES DE DIVULGAÇÃO DA TEMPORADA *CULT*
DO SERIADO *AMERICAN HORROR STORY***

Santa Maria, RS, Brasil
2022

MILENA DE MORAES DENARDIN

**A MAQUIAGEM E A LINGUAGEM VISUAL COMO RECURSO ESTÉTICO
NOS CARTAZES DE DIVULGAÇÃO DA TEMPORADA *CULT*
DO SERIADO *AMERICAN HORROR STORY***

Trabalho Final de Graduação apresentado ao Curso de Publicidade e Propaganda, Área de Ciências Sociais, da Universidade Franciscana, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Profa. Dra. Pauline Neutzling Fraga

Santa Maria, RS, Brasil
2022

**UNIVERSIDADE FRANCISCANA
PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

A COMISSÃO EXAMINADORA, ABAIXO ASSINADA,
APROVA A MONOGRAFIA

**A MAQUIAGEM E A LINGUAGEM VISUAL COMO RECURSO ESTÉTICO
NOS CARTAZES DE DIVULGAÇÃO DA TEMPORADA *CULT*
DO SERIADO *AMERICAN HORROR STORY***

Elaborada por

MILENA DE MORAES DENARDIN

COMO REQUISITO PARCIAL PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE BACHAREL EM
PUBLICIDADE E PROPAGANDA

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof. Pauline Neutzling Fraga – UFN
(Presidente/Orientadora)

Prof. Carlos Alberto Badke – UFN

Prof. Cristina Munarski Jobim Hollerbach – UFN

Santa Maria, RS, 27 de Junho de 2022

A MAQUIAGEM E A LINGUAGEM VISUAL COMO RECURSO ESTÉTICO
NOS CARTAZES DE DIVULGAÇÃO DA TEMPORADA *CULT*
DO SERIADO *AMERICAN HORROR STORY*¹

Milena de Moraes Denardin²
Pauline Neutzling Fraga³

Universidade Franciscana, Santa Maria, RS

RESUMO

A pesquisa apresenta como temática a maquiagem e a linguagem visual como recurso estético nos cartazes de divulgação da temporada *Cult* do seriado *American Horror Story*. A problemática investiga como a maquiagem funciona enquanto recurso estético de linguagem visual na divulgação da referida temporada. Em síntese, partiu-se dos conceitos teóricos de elementos de linguagem visual por Dondis (1991), de psicodinâmica das cores por Farina (2016) e de grotesco por Sodré e Paiva (2014) na elaboração das categorias analíticas. Apresentando natureza qualitativa, a pesquisa concluiu que a maquiagem exerceu relevante papel na representação das características de personagens e sentimentos transmitidos por esses no produto audiovisual midiático.

Palavras-chave: Comunicação. Estética. Linguagem visual. Maquiagem. Horror.

ABSTRACT

This research presents the theme of makeup as a visual language resource in the promotion posters of the Cult season of American Horror Story. The problem investigates how makeup works as an aesthetic resource of visual language in the promotion of that season. In summary, the theoretical concepts of visual language elements by Dondis (1991), color psychodynamics by Farina (2016), and grotesque by Sodré and Paiva (2014) were used to develop the analytical categories. Presenting a qualitative nature, the research concluded that makeup played a relevant role in representing the characteristics of characters and feelings conveyed by them in the audiovisual media product.

Keywords: Communication. Aesthetic. Visual language. Makeup. Horror.

¹ Artigo resultante da disciplina Trabalho Final de Graduação II.

² Acadêmica do oitavo semestre do Curso de Publicidade e Propaganda – Universidade Franciscana. E-mail: milenadenardin15@gmail.com

³ Orientadora. Publicitária, Doutora. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Franciscana. E-mail:pauline_fraga@hotmail.com

Repleto de tons sombrios, referências de clássicos do horror e inovação, Ryan Murphy e Brad Falchuk, criaram o seriado *American Horror Story* (2011) que está atualmente em sua 10ª temporada, e obteve no seu futuro sucesso uma audiência de 3.18 milhões de visualizações (ADOROCINEMA, 2022) no episódio piloto. Suas produções dispõem um formato não convencional, isto é, temporadas com histórias sem ligações entre si. Comumente, as temporadas exibem o mesmo elenco, com atores e atrizes encenando vários personagens. Assim, é vista como uma série antológica, “um conjunto formado por diversas obras [...] que exploram uma mesma temática, período ou autoria” (SIGNIFICADOS, 2017). São várias temáticas exploradas pela série, e possuem em comum a estética do horror.

Brevemente, as temporadas exibem: uma mansão mal-assombrada em *Murder House* (2011), um centro psiquiátrico em *Asylum* (2012), um Coven (2013) de bruxas, um circo de horrores em *Freak Show* (2014) e em *Hotel* (2015) vampiros e serial killers. Além de fenômenos paranormais em *Roanoke* (2016), diversas fobias e sociopatia representadas em *Cult* (2017), um *Apocalypse* (2018) após uma explosão nuclear, um assassino sanguinário perseguindo campistas em *1984* (2019) e extraterrestres em *Double Feature* (2021).

Pela diversidade nas histórias torna-se um seriado inovador ao gênero. Correia et al. (2015) ressalta que seu lançamento “trouxe de volta o imaginário do horror clássico na cultura pop estadunidense e mundial, com qualidade e consolidação para a televisão. Influências do horror clássico dos filmes e seriados antigos, carregam a produção de sarcasmo, tensão sexual, mitologias, lendas urbanas, estética e questões sociais”. E a 7ª temporada não seria diferente, *American Horror Story: Cult* (2017) conquistou o público, que segundo críticas, apesar de “sem monstros, criaturas e fantasmas, *American Horror Story* fez sua temporada mais assustadora” (OMELETE, 2018). Pois o perigo, caos e violência constam no ser humano, causando reflexão sobre como a política influencia uma comunidade.

Assim, a temporada marcou-se pela forte crítica às eleições americanas de 2016, quando Donald John Trump assumiu a presidência dos Estados Unidos. Seu sucesso refletiu em uma audiência de 3.93 milhões de visualizações (TV SERIE FINALE, 2017) no primeiro episódio da temporada. A história traz Ally (Sarah Paulson) e Ivy (Alison Pill) representando

um casal feliz e bem estruturado, com um filho e um negócio que comandam juntas. Após a eleição de Donald Trump, Ally começa a perder o controle e várias de suas fobias voltam a lhe causar problemas, o que envolve o sinistro Kai Anderson (Evan Peters), sua irmã Winter (Billie Lourd) e os vizinhos Harrison (Billy Eichner) e Meadow Wilton (Leslie Grossman) (ADOROCINEMA).

Contudo, uma temporada sem elementos sobrenaturais, como vampiros, bruxas e assombrações, recursos foram usados para torná-la assustadora. Além do próprio indivíduo como principal objeto de medo, a figura do palhaço está presente em episódios e nos cartazes de divulgação do seriado. O palhaço foi usado como uma forma contraditória e até irônica, pontuando que é um personagem de circo que comumente representa o riso e a felicidade, mas foi percebido que seria um sinônimo para assassinos que despertam o medo e o caos. Identificando sua linguagem visual como um rosto pintado de branco, uma boca aumentada vermelha representando um grande sorriso e olhos enfáticos, assim a maquiagem foi considerada um item essencial para simbolizar a temporada *Cult*. E, através dos cartazes de divulgação, o conceito da temporada é apresentado ao público, repleto de elementos estéticos com diversos significados subliminares que foram pontuados neste estudo.

A questão que definiu-se para a pesquisa baseou-se em: como a maquiagem e a linguagem visual funcionam enquanto recurso estético na divulgação da temporada *Cult* do seriado *American Horror Story* (2011)? Visto que todos os cartazes da temporada aplicaram o recurso no intuito de representar a temporada, considerou-se para pesquisa a maquiagem como um recurso estético essencial e complementar para análise. Devido a isso, foi possível transmitir as sensações do horror idealizadas pelo seriado. A pesquisa teve como objetivo geral analisar a maquiagem e a linguagem visual enquanto recurso estético nos cartazes de divulgação da temporada *Cult* do seriado *American Horror Story* (2011). Para compreender como foram empregados estes recursos, foram definidos os seguintes objetivos específicos: a) identificar os principais elementos constituintes da linguagem visual; b) compreender como o recurso estético da maquiagem expressa-se enquanto linguagem visual; c) analisar os elementos estéticos de maquiagem aplicados aos cartazes de divulgação da temporada *Cult* do seriado *American Horror Story* (2011), relacionando-os à expressão da atmosfera do horror.

Nesse contexto, compreendeu-se na pesquisa a maquiagem como um elemento não verbal que contribuiu à divulgação publicitária da temporada. A maquiagem foi tão marcante à temporada *Cult* que conquistou através de sua campanha promocional, em 2018, na premiação do Sindicato dos Maquiadores e Cabeleireiros (MUAHS), o prêmio de melhor maquiagem e melhor cabelo, na categoria de melhores comerciais e vídeos musicais. Além do seriado ser indicado a mais duas categorias, conquistou o prêmio de melhores efeitos especiais em maquiagem na categoria Minissérie ou Filme para a TV (OMELETE, 2018).

A criação de um personagem ficcional em uma produção fotográfica ou audiovisual exige diversas minúcias as quais auxiliam o ator ou atriz a interpretar um papel, indo além dos sentimentos, situações, gestos e falas escritas no roteiro. Nesta lógica, é preciso, por exemplo,

uma construção de sentidos a partir de diferentes efeitos técnicos, tais como iluminação, cenários, figurinos e, o principal item que atraiu este estudo, a maquiagem. Na visão de Pinheiro (2016, p.8) “podemos considerar que a maquiagem de caracterização é uma mídia que completa uma obra dramática, uma das linhas que complementam numa produção audiovisual para transmitir as informações da personagem”.

A esse respeito, o início do uso da maquiagem no cinema ocidental tem suas origens no teatro, quando máscaras, pinturas faciais e corporais representavam a essência das identidades e as expressões de sentimentos interpretadas no palco. Assim, mesmo quando distante, a plateia de espectadores compreendia os diferentes sentidos expressos pelas atuações cênicas. A partir do

surgimento do teatro italiano com a sua caixa preta, boca de cena, cortinas, telões e luzes na ribalta, no século XVII, a aproximação do palco com a plateia diminui e a máscara, que até então era um adereço da indumentária do ator, passa a ser colada ao rosto, uma pintura [...] inaugurando assim, [...] o uso da maquiagem no teatro (SAMPAIO, 2012, p.3).

Mas a maquiagem cênica, usada no teatro, é diferente da maquiagem televisiva e cinematográfica. No teatro, é explorado o exagero das coisas, para que sejam vistas pela plateia distante do palco. Em comparação, na televisão, a aparência natural e as técnicas de embelezamento mais sutis que no teatro predominam. No cinema, por sua vez, a maquiagem pode ser trabalhada em um mesmo filme, por exemplo, todas as categorias, incluindo a maquiagem de efeitos especiais. Essa categoria refere-se a maquiagens que ajudam a criar personagens (BLOG CATHARINE HILL, 2018), sendo empregadas, por exemplo, para criar ferimentos em cenas de briga, como na série *Peaky Blinders* (2013), os zumbis da série *The walking dead* (2010) e envelhecer ou rejuvenescer um ator ou atriz, como no longa *O curioso caso de Benjamin Button* (2008). Assim, sem a maquiagem de caracterização, o ator ou atriz encontraria maiores desafios para compor sua personagem.

Considerou-se então a maquiagem utilizada no cinema um importante recurso técnico e estético na criação de sentidos de uma linguagem visual. Maximiliano (2016, p.51), aponta “que realizamos o julgamento de uma pessoa nos primeiros 30 segundos em que a observamos, isso frente a sua aparência. Portanto, nossas imagens transmitem a mensagem de quem somos ou aparentamos ser por meio de uma linguagem não verbal.” No meio audiovisual não seria diferente: a aparência do personagem é pensada para transmitir ao público, através de um corpo e de uma identidade, a ideia que se deseja passar com o enredo.

A aparência de um ator é [...] construída por meio da manipulação da linguagem, e caracterização visual, ou seja, ela é dada a conhecer por meio da organização dos recursos oferecidos pelos códigos de suas linguagens constituintes (as roupas, os penteados, as maquiagens, os adereços) colocados em relação ao corpo do ator em questão e às particularidades tecnológicas de cada meio (RAMOS, 2013, p. 32).

Tais códigos de linguagens estão presentes no gênero terror, que utiliza principalmente da maquiagem de efeitos especiais para elaborar uma narrativa, construir personagens icônicos e despertar emoções nos espectadores. Na visão de Nogueira (2010, p.36), é característica do gênero “sempre provocar alguma espécie de efeito emocional nefasto no espectador, a tipologia desses efeitos pode ser bastante diversa: o medo, o terror, o choque, o horror, a objeção.” Ressalta-se que o termo horror, mencionado por Nogueira (2010), também é considerado um gênero cinematográfico e ambos apresentam diferenças entre si.

As distinções entre os termos terror e horror ocorrem na estética das produções. O “terror é relacionado ao medo psicológico, à ameaça de perigo, à aflição infinda, ao temor, enquanto que o horror ocorre quando temos uma repulsa a algo grotesco, quando há uma coisa assustadora física, visual, geralmente envolvendo sangue, violência, canibalismo ou até mesmo cadáveres” (LEONARDI, 2018). Por exemplo, durante o 1º episódio da 7ª temporada de *American Horror Story* (2011), Ally está aflita pelos resultados da eleição de 2016 dos Estados Unidos e quando Donald Trump é anunciado como presidente, desespera-se por medo do futuro do país. Esta circunstância é considerada uma cena de terror.

Neste mesmo episódio, palhaços invadem a casa dos vizinhos de Ally, seu filho e a babá vêem o momento em que os palhaços estão os matando. Por ser uma cena com sangue e decapitações, seguindo a definição de Leonardi (2018), é congruente nomear como uma ação de horror. Assim, observando o termo *Horror* no título do seriado, e os objetos de estudo, os cartazes de divulgação da temporada *Cult*, com rostos maquiados em uma estética que mistura a beleza com deformidades, usar a expressão horror definiu mais adequadamente o contexto, por se referir tanto ao gênero do seriado quanto aos sentimentos provocados pelos cartazes.

2 ESTÉTICA E MAQUIAGEM

Partindo da definição da palavra estética, que derivada do grego *aisthesis*, refere-se ao sentido de sensação, Santos (1964, p.151) explica seus fundamentos “como motivo imediato do prazer experimentado a presença do belo, não a forma do próprio objeto, mas as sensações causadas pela recordação ou pela representação dos prazeres anteriormente experimentados”. Assim, a estética exhibe-se a partir do olhar dos sujeitos ao mundo. Cada pessoa tem a sua

interpretação estética de um anúncio publicitário, por exemplo, julgando-o agradável esteticamente, ou o oposto, a partir de sua perspectiva do objeto, visão de mundo e referências culturais. O senso estético é particular, apoiado por sensações do observador ao ver uma imagem. Ao longo da história, filósofos criticaram como a sociedade lidava com este senso.

Na era das mídias, a comunicação da experiência artística, mesmo quando se apoia no sentimento subjetivo da beleza, não se priva de conceitos, nem de modelos que ela tenta impor universalmente, sem levar em consideração a diversidade cultural. Estamos longe do livre assentimento [...] de um senso comum estético, presente em cada pessoa. (JIMENEZ, 1999, p.142)

Para um produto-midiático obter sucesso é preciso um conteúdo atrativo e um público instigado ao consumo. Logo, o prazer estético é um dos elementos de atração visual. Isso por a “experiência do belo, o que nos causa prazer não são propriamente as sensações, mas sim a atividade de concepção ou apreensão que realizo a partir das sensações” (UNESP, 2012). Assim, o interesse do indivíduo pela imagem é considerado um movimento de experiência estética ou do belo. A constante busca por sentir prazer ou admirar o belo, interfere na forma das pessoas lidarem com experiências de interpretação e relação com o mundo.

Assim, intervém individualmente nas ideias e comportamentos, na apreciação da arte, dos objetos e corpos. Vigarello (2006, p.13) explica que “a beleza está no centro de inumeráveis [...] discursos no alvorecer da modernidade. Uma certeza os acompanha: a de uma perfeição instalada no coração do mundo”. Discursos estes são apresentados também em campanhas publicitárias, por exemplo, relacionando produtos a corpos que representam determinados padrões estéticos, sendo considerados motivo de veneração e desejo. Estrelas de Hollywood são exemplos de padrões, transformadas em produtos estéticos pela indústria cinematográfica, representando o ideal de perfeição para as massas.

Na visão de Lipovetsky e Serroy (2015, p.121) celebridades são “criações artificiais, as estrelas femininas clássicas sempre estão elegantemente vestidas, penteadas e maquiadas de forma estudada, oferecem uma imagem de perfeição ideal da feminilidade associada ao glamour, ao sexy e ao luxo”. Nesse contexto, o corpo feminino é muitas vezes retratado como símbolo sexual na mídia, num processo de objetificação, isto é, o aspecto humano exibido como objeto de desejo. Nesta lógica, os cartazes da temporada *Cult* aplicaram o recurso da maquiagem para trazer sensualidade às imagens das modelos.

Conforme Pinheiro (2016, p.11), “o uso dos cosméticos e da maquiagem não se restringiu apenas a questões de status social e eventos ritualísticos, as civilizações apropriaram-se de suas virtuosidades na busca constante da beleza”. A diferença nestes cartazes é que há

uma ruptura na forma estética, contemplando uma hibridização da beleza com o grotesco. Neste sentido, a estética não precisa ser algo que é considerado positivo ou agradável, abarcando também elementos que geram sensações negativas, como medo e asco.

O feio [...], não é um simples contrário do belo, porque também se constitui em um objeto ao qual se atribui uma qualidade estética positiva. Ou seja, se retirarmos do belo um traço positivo [...] (por exemplo, [...] a harmonia), não produzimos automaticamente o feio. [...] um objeto pode causar repulsa ou estranhamento do gosto e não ser necessariamente feio. (SODRÉ; PAIVA, 2014, p.18)

Assim, o cinema abriu portas para a maquiagem tornar-se objeto de caracterização num sentido mais amplo, usada não apenas para realçar a beleza, especialmente, das mulheres, mas para criar personagens assustadores (LEITÃO, 2016). Aprofundando a história da maquiagem e sua importância, durante o período Paleolítico 10.000 a.C., os seres humanos diferenciam-se em seus grupos com o uso de artefatos. Segundo o Portal Educação (2022), líderes tribais enfeitavam-se com garras e dentes de animais ferozes, enquanto feiticeiros e curandeiros adornavam o corpo com pinturas consideradas mágicas. Portanto, a maquiagem desde sempre foi aplicada como recurso de linguagem visual, repleto de significados.

No Egito antigo, homens e mulheres, aproximadamente 3.000 a.C., “preenchiam as pálpebras com kohl, uma pasta obtida do mineral malaquita misturado com carvão e cinzas. O objetivo era proteger os olhos, considerados “espelhos da alma”, contra espíritos malignos” (MUNDO ESTRANHO, 2018). Assim, o uso da maquiagem sempre foi um ato de comunicar uma mensagem, seja para realçar a beleza, esclarecer hierarquias ou uma questão de ritual. No teatro grego que teve seu surgimento 550 a.C., a maquiagem destacava-se como um item indispensável para a criação de personagens.

Sampaio (2012) aponta que “há mais de dois mil anos, utilizavam a máscara, um elemento cênico colocado no rosto dos atores, e que é um dos primórdios da maquiagem no teatro ocidental [...] e acompanha o teatro até os dias atuais”. Influenciando mais tarde nas produções cinematográficas, mas nem em toda história humana a maquiagem foi tida como algo bom, passando por momentos obscuros na Idade Média 475 d.C. Dado às opressões da igreja católica, diversas mulheres foram queimadas e sentenciadas bruxas ao usarem a maquiagem como, segundo Barbosa (2017, p.81) “poções de amor para atrair os pretendentes e [...] a Igreja condenava a vaidade e a busca pela juventude, que começaram a ser consideradas, também, uma espécie de bruxaria.”

A valorização da maquiagem retornou pela nobreza no Renascimento 1453 d.C., virando símbolo de beleza e distinção entre plebeus. Maximiliano (2016, p.18) fala como esta “voltou a fazer parte do cotidiano das mulheres, entretanto de uma maneira sutil, as moças que

não possuíam tantos recursos também conseguiam se maquiar por meio de produtos mais acessíveis.” Assim, é observado o início da influência da alta sociedade à frente do povo nos padrões de beleza. Maximiliano (2016) traz também a *Belle Époque*, no período de 1890 a 1920, com evoluções na cosmetologia, e a criação do cinema. Mas apenas se concretizou como grande influência na moda na década de 20, por conta da Primeira Guerra Mundial.

Neste período, Max Factor tornou-se marcante na maquiagem cinematográfica. Não era o primeiro maquiador da categoria, mas criou e forneceu à indústria de Hollywood os primeiros cosméticos especializados para as telas, iniciando sua trajetória em 1910.

Nos fundos da sua loja na South Central Avenue, Max montara um pequeno laboratório igual ao que tivera na Europa e em todas as lojas que já comandara na vida. Ele passava longas horas lá, desde o final do expediente de cada dia até bem tarde da noite, fazendo testes com a maquiagem para o teatro na tentativa de adaptá-la para o uso no cinema. (BASTEN, 2012)

Max exibiu diferentes recursos para realçar a beleza das estrelas do cinema mudo na época, mas não era apenas da beleza que o cinema carecia. Max destacou-se pelo realismo do sangue e lesões cinematográficas, gerando uma possível mudança artística no propósito da maquiagem ser empregada apenas para realçar a beleza. Assim, o cinema trouxe às telas a estética do grotesco. Outros maquiadores e diretores que revolucionaram a maquiagem de efeitos especiais no cinema são: o diretor F.W. Murnau em *Nosferatu* (1922) e Jack Pierce na produção de *Frankenstein* (1933) (MACABRA.TV, 2022).

Há elementos estéticos peculiares que caracterizam o gênero horror, considerados até grotescos. Segundo Sodré e Paiva (2014, p. 52), “em todas as expressões do grotesco, o monstruoso (sob formas humanas, animais, vegetais ou mesmo maquinicas) destaca-se como o traço mais constante”. Figuras com o propósito de emitir as emoções que o horror comunica, como o medo, a angústia e a aflição. Para França (2011), “o medo é uma das emoções mais intensas experimentadas pelo homem. Ligado aos nossos instintos de sobrevivência, é normalmente tomado como uma sensação dolorosa.” Segundo o autor, caso a origem do medo não prove ao indivíduo uma real ameaça, as emoções estão envolvidas e originam-se de objetos estéticos. Objetos estudados para compreender como a maquiagem é considerada um recurso estético de linguagem visual.

3 ELEMENTOS DA LINGUAGEM VISUAL

Um cartaz trata-se de uma modalidade de comunicação visual que pode ser expressa tanto por meios verbais quanto não-verbais. Representada pela fala e escrita, a linguagem verbal

é considerada qualquer tipo de texto escrito ou língua falada. Já a linguagem não-verbal são as expressões, o corpo humano, as imagens, pinturas, entre outros meios que envolvem símbolos e ícones.

A linguagem é [...] um recurso de comunicação próprio do homem, que evoluiu desde sua forma auditiva, pura e primitiva, até a capacidade de ler e escrever. A mesma evolução deve ocorrer com todas as capacidades humanas envolvidas na [...] criação de objetos visuais, da simples fabricação de ferramentas [...] até à criação de símbolos, e, finalmente, na criação de imagens. (DONDIS, 1997, p. 2)

Nesta pesquisa, os cartazes analisados são compostos sobretudo pela linguagem não-verbal, como apenas o logotipo do seriado e da emissora são apresentados sob a forma de palavras. Souza (2001, p.74) observa que “ler uma imagem, [...] é diferente de ler a palavra: a imagem significa não fala, e vale enquanto imagem que é”, ou seja, a composição das palavras, em sua individualidade, expressam diretamente a mensagem proposta. Já a imagem equivale a interpretação do indivíduo, simboliza seus significados em um todo.

Segundo Dondis (1997, p.22), “qualquer acontecimento visual é uma forma com conteúdo, mas o conteúdo é extremamente influenciado pela importância das partes constitutivas, como o tom, a cor, a textura, a dimensão, a proporção e suas relações compositivas com o significado.” Assim, todos elementos que constituem a estrutura de uma imagem são essenciais na sua formação de sentidos, com um total de nove elementos principais segundo Dondis (1997). Foram analisados apenas os fundamentais para as imagens, respectivamente: ponto, linha, forma, tom, cor, textura e movimento. Estes, relacionados às imagens buscando um conforto visual, uma harmonia.

Para a autora, o ponto é um elemento único, e pode ser usado como referencial ou indicador de espaço e a linha a união destes pontos aproximados à compõem. Já as formas são apresentadas como quadrados, círculos, retângulos, entre outras formas geométricas que trazem as imagens significados subjetivos. É no tom que o volume e dimensões da imagem são formados, através da presença ou da ausência da luz. Apesar do tom ser um elemento indispensável, é a cor que provoca sentimentos por meio de um componente cromático que se forma em três aspectos específicos: matiz, saturação e luminosidade.

Na visão de Dondis (1997), a textura simula uma superfície cuja representação parece ser possível tocá-la, denotando a ideia de proporção, da qual, estabelece o tamanho das coisas. E por último, o movimento, elemento que necessita da ilusão em imagens bi-dimensionais para causar tensões e dar ritmo a composição. Panizza (2004, p.25) ressalta que “esses elementos visuais, quando manipulados através de técnicas de comunicação visual, possibilitam a

elaboração de mensagens para todos os níveis de alfabetismo visual”.

Técnicas como repetição, distorção, simetria, justaposição e exagero contribuem à harmonia da imagem e organizam elementos de modo que mostrem-se agradáveis ao olho humano. O contraste é o oposto, causa desequilíbrio nos elementos, uma experiência sensorial de imagens chocantes. Conectando-se, os elementos formam uma imagem, mas para Panizza (2004, p.35), não é “apenas a soma de elementos e técnicas que traduzem o real significado de uma mensagem. Todo um mecanismo de percepção, universalmente compartilhado pelo ser humano, mas também depende de culturas, épocas e regiões geográficas”. Logo, a complexidade de comunicar uma mensagem visual que se almeja na criação de um produto artístico ou midiático dá-se através da seleção de elementos da linguagem visual.

O cinema, por exemplo, enquanto exhibe uma função comercial, emprega aspectos da “sétima arte”. Na visão de Moraes (2018) “deixou de ser encarado apenas como produto de mero entretenimento de massas para ser problematizado enquanto agente e objeto constituinte de significações, sensibilidades, ideologias e códigos representacionais”. Trata-se de uma junção de elementos estéticos, que formam significados e geram afinidade ao público, logo, manifestam sentimentos e transmitem mensagens. Entender os elementos da linguagem visual é essencial para aplicar-se o conceito do visagismo, termo que auxiliou a compreensão de como a maquiagem expressou-se enquanto linguagem visual. Assim, o visagismo:

Refere-se à arte de embelezamento ou transformar o rosto, utilizando cosméticos, tinturas e o corte de cabelo. [...] É evidente que um visagista precisa conhecer [...] técnicas de maquiagem ou de corte de cabelo. O que não é tão óbvio é que também precisa conhecer os fundamentos da linguagem visual, que são os princípios básicos que governam os conceitos de harmonia e estética. (HALLAWELL, 2010, p.25)

Por exemplo, o visagismo usa do volume para criar efeitos de luz e sombra em rostos, é possível aumentar ou diminuir narizes, bocas e olhos. As formas geométricas auxiliam a constatação dos formatos padrões de rostos. Mas é a cor a responsável em provocar sentimentos, criar sensações positivas ou negativas sobre os elementos mencionados anteriormente. Hallawell (2010, p.199) aponta as cores no visagismo como “a característica principal da pintura é a construção das formas pela cor. No visagismo trabalha-se com a imagem do rosto, portanto é essencial saber como a cor funciona [...] para conseguir os diversos efeitos da maquiagem”. Por exemplo, uma mulher de batom vermelho, pode ter sua imagem associada a sensualidade, força e coragem, mas também a vulgaridade - dependendo também da relação com a ação, contexto e demais elementos em cena.

Assim, a cor comunica, transmite ideias e atua no subconsciente dos humanos, logo ela

é vista, a partir de Farina (2006, p.14) como uma linguagem individual. O público “reage a ela subordinando às suas condições físicas e às suas influências culturais. Não obstante, ela possui uma sintaxe que pode ser transmitida, [...] Seu domínio abre [...] possibilidades aos que se dedicam ao estudo dos inúmeros processos de comunicação visual”. Influências culturais, como o patriarcado, podem determinar o pensamento de um indivíduo supor que a mulher é vulgar apenas por utilizar um batom da cor vermelha. Logo, a cor possui capacidade de influir nos estímulos psicológicos do indivíduo perante uma experiência de linguagem visual.

Nos cartazes de *American Horror Story: Cult* (2017) foram observadas cinco cores predominantes, três cores primárias (o azul, o vermelho e o amarelo) e duas cores acromáticas (o branco e o preto). As cores primárias, conforme Farina (2006, p. 81), são “resultantes das radiações de uma só longitude de onda, uma outra cor qualquer será o resultado da mistura de duas ou mais delas, dentro de intensidades diversificáveis”, e em sua globalidade, as cores primárias ocasionam sensações mais intensas do que as outras cores que se originam delas.

As cores básicas são as que possuem mais força, e nisso não está envolvido o julgamento estético [...] ninguém ignora que a força emotiva das cores básicas age como um estímulo fisiológico violento que tem, inclusive, o poder de alterar a respiração e muitas vezes modificar a pressão arterial. (FARINA, 2006, p. 135)

Visto que os cartazes são produzidos para divulgar um seriado do gênero horror, o uso das cores primárias representaram a violência, e outros sentidos analisados. As sensações acromáticas nos cartazes (pele dos modelos e das sombras, por exemplo), são nomeadas como cores, segundo o autor, por uma questão de facilidade, mas por possuírem apenas uma dimensão de luminosidade, são consideradas sensações visuais. Farina (2006, p. 63) explica que “o branco e o preto não existem no espectro solar. A cor branca é a síntese aditiva de todas as cores, e a cor preta, o resultado da síntese subtrativa, isto é, a superposição de pigmentos coloridos”, transmitindo sensações positivas ou negativas, dependendo da figura em sua totalidade, dos aspectos subjetivos de quem observa e mesmo, ou principalmente, da construção cultural coletiva para o significado das cores.

Segundo Farina (2006, p. 97), para os ocidentais, o branco tem sua associação material ao “batismo, casamento, cisne, lírio, primeira comunhão, neve, nuvens em tempo claro, areia clara” e sua associação afetiva a “ordem, simplicidade, limpeza, bem, pensamento, juventude, otimismo, piedade, paz, pureza, inocência, dignidade, afirmação, modéstia, deleite, despertar, infância, alma, harmonia, estabilidade e divindade”. O preto tem sua associação material, por Farina (2006, p. 98), a “sujeira, sombra, enterro, funeral, noite, carvão, fumaça, condolência,

morto, fim, coisas escondidas” e a afetiva ao “mal, miséria, pessimismo, sordidez, tristeza, frigidez, desgraça, dor, temor, negação, melancolia, opressão, angústia, renúncia, entrega”.

Igualmente importante é interpretar a psicologia das cores primárias. O vermelho, por exemplo, tem sua associação material, conforme Farina (2006, p. 99), ao “rubi, cereja, guerra, lugar, sinal de parada, perigo, vida, sol, fogo, chama, sangue, combate, lábios, mulher, feridas, rochas vermelhas, conquista, masculinidade”. Já sua associação afetiva sugere “dinamismo, força, baixeza, energia, revolta, movimento, barbarismo, coragem, furor, esplendor, intensidade, paixão, vulgaridade, poderio, vigor, glória, calor, violência, dureza, excitação, ira, interdição, emoção, ação, agressividade, alegria comunicativa, extroversão, sensualidade.”

Farina (2006, p.101) discorre sobre a associação material da cor amarelo a “flores grandes, terra argilosa, palha, luz, topázio, verão, calor de luz solar” enquanto a associação afetiva remete “iluminação, conforto, alerta, ciúme, orgulho, esperança, idealismo, egoísmo, inveja, ódio, adolescência, espontaneidade, variabilidade, euforia, originalidade, expectativa”. O azul, para Farina (2006, p. 102), como associação material, lembra “montanhas longínquas, frio, mar, céu, gelo, feminilidade, águas tranquilas” e a associação afetiva “espaço, viagem, verdade, sentido, afeto, intelectualidade, paz, advertência, precaução, serenidade, infinito, meditação, confiança, amizade, amor, fidelidade, sentimento profundo”. Assim, as cores comunicam, são uma forma de linguagem e influem diretamente nos elementos visuais.

4 METODOLOGIA

A metodologia é, conforme Gerhardt e Silveira (2009, p.12) “o estudo da organização, dos caminhos a serem percorridos, para se realizar uma pesquisa ou um estudo, ou para se fazer ciência. Etimologicamente, significa o estudo dos caminhos, dos instrumentos utilizados para fazer uma pesquisa científica”. A pesquisa apresentou uma natureza qualitativa, conforme Goldenberg (2004), “os dados qualitativos consistem em descrições detalhadas de situações com o objetivo de compreender os indivíduos em seus próprios termos”. Sendo caracterizada também como uma pesquisa que foi efetuada através da

objetivação do fenômeno; hierarquização das ações de descrever, compreender, explicar, precisão das relações entre o global e o local em determinado fenômeno; observância das diferenças entre o mundo social e o mundo natural; respeito ao caráter interativo entre os objetivos buscados pelos investigadores, suas orientações teóricas e seus dados empíricos; busca de resultados os mais fidedignos possíveis; oposição ao pressuposto que defende um modelo único de pesquisa para todas as ciências (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p.32).

Portanto, o estudo caracterizou-se pela natureza qualitativa, por buscar compreender como a maquiagem e a linguagem visual são utilizados enquanto recurso estético nos cartazes de divulgação da temporada *Cult* do seriado *American Horror Story* (2011). Para análise dos materiais qualitativos, utilizou-se a técnica de análise de conteúdo, que a partir da perspectiva,

representa um conjunto de técnicas de análise das comunicações que visam a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção e recepção dessas mensagens. (BARDIN, 1979, p.42)

A técnica definida objetivou atentar aos aspectos estéticos que foram utilizados para constituir o produto-midiático, estudando-os individualmente e de forma conjunta, expondo a importância da maquiagem para essa produção do gênero horror. A análise de conteúdo é classificada também por Lakatos e Marconi (2003, p.188) como um estudo exploratório, cuja o procedimento é aplicado “para extrair generalizações com o propósito de produzir categorias conceituais que possam vir a ser operacionalizadas em um estudo subsequente. Dessa forma, não apresentam descrições quantitativas exatas entre as variáveis determinadas”.

Autores como Dondis (1997) contribuíram na categorização dos principais elementos da linguagem visual presentes nos cartazes. Farina (2006), por sua vez, foi escolhido para compreender a aplicação da psicologia das cores. E Hallawell (2010) inseriu os mesmos conceitos desses autores no visagismo, aspecto de fundamentação de uma maquiagem. Sodré e Paiva (2014) foram definidos para abranger o conceito do grotesco. Por fim, autores como Maximiliano (2016) e Basten (2012) apontam a história por trás da maquiagem e sua evolução, o que também auxiliou para a análise dos atributos estéticos.

4.1 UNIVERSO E CORPUS DE PESQUISA

Os quatro posters de divulgação da 7ª temporada do seriado *American Horror Story* (2011), que teve seu lançamento no dia 5 de setembro de 2017, foram o universo de pesquisa deste artigo. A escolha das peças de divulgação deu-se por interesse pessoal da pesquisadora em analisar a maquiagem de caracterização em si, sobretudo em filmes e séries do gênero horror, muito utilizada como um recurso estético indispensável na criação de personagens. Além de não existir muitos estudos na área de comunicação sobre a temática. Foram definidos os únicos cartazes com foco apenas em rostos maquiados para o corpus. Caso fossem escolhidos

os demais, era necessário incluir elementos de figurino e tornaria a análise extensa.

Os títulos dos cartazes (Figuras 1, 2 e 3) foram nomeados com base nas legendas de cada imagem, postadas pela página oficial no Facebook do seriado *American Horror Story* (2011). O último cartaz (Figura 4), é o único que não havia sido postado pela página, portanto, seu título procede de sua inscrição feita para a premiação Clio Awards (1971), conquistando o *Silver Clio Key Art Awards* (2017) no evento (PERCIVAL AND ASSOCIATES, 2022).

Assim, cada cartaz foi analisado em sua individualidade, observou-se os elementos da linguagem visual (as cores, linhas, sombras, círculos, formas, texturas, dimensões e movimentos), além de apontar as técnicas utilizadas para criar a harmonia e o contraste. Após, foram identificados os elementos de linguagem visual em comum entre os cartazes, ou seja, aqueles que os identificam como peças de uma mesma campanha. Por fim, refletiu-se sobre como a maquiagem de caracterização auxiliou nesse processo de comunicação visual.

4.2 CATEGORIAS DE ANÁLISE

A partir do repertório teórico-conceitual, foram elaboradas seis categorias que serviram como base para análise, designadas de forma que condizem com a representatividade da estética dos cartazes e dos objetivos do estudo.

a) *aparência e contexto da personagem*: serviu como primeira categoria de análise, com seus significados presentes em cada cartaz, e vistos através da linguagem visual, com a ideia de que movimentos dos corpos expressam sentidos emocionais. Weil e Tompakow (2015) descrevem a expressão corporal como uma linguagem que não mente;

b) *combinação de cores*: Farina (2006) diz que não basta um anúncio ‘ser colorido’, pois cada cor precisa ser escolhida estrategicamente na composição visual, e deve inclusive ser testada. Assim, a escolha das cores deu-se por relacionar com as demais cores, sendo combinações harmoniosas ou conflitantes. As cores se comunicam em termos psicológicos com os indivíduos. E estes têm sempre, por alguma cor, uma conexão especial. Assim, cada cor presente nos cartazes foram analisadas individualmente e a partir do contexto que estão inseridas, apontando as implicações dos seus significados e associações materiais e afetivas;

c) *linhas*: na composição visual, cada linha, segundo Dondis (1997, p.57), “pode assumir formas muito diversas para expressar uma grande variedade de estados de espírito”. Podem ser delicadas ou grosseiras, entre outras definições, que afetam a interpretação do público. As linhas guiam significados através do apontamento de direções. Logo, em cada cartaz, elas foram observadas na busca de propósitos dentro dos contextos inseridos nas composições;

d) *formas*: segundo Dondis (1997), as principais formas que existem são o quadrado, o círculo e o triângulo, e a partir delas é possível originar todas as formas físicas da natureza e da imaginação humana. Conforme os seus significados, foi interpretado como as formas nos cartazes estão interligadas com a temática do horror proposto pelo seriado;

e) *contraste de luz e sombra*: elementos que foram analisados através de sua capacidade de criar tensão ou vivacidade aos objetos, cenários e personagens. Influem, também, no tema horror. Hallawell (2010) aponta a capacidade da luz e da sombra no visagismo, sendo possível aumentar ou diminuir o volume de áreas do rosto para produzir diferentes percepções;

f) *textura*: conforme Dondis (1997), a textura é uma variável da linguagem visual, e pode ser observada por meio do tato e da visão, sendo que em cada indivíduo é capaz de projetar uma sensação. Esse elemento visual está em diversas superfícies dos cartazes, sendo assim, foram pontuados as texturas expostas e seus significados para a composição do horror e do grotesco.

Assim, compreendendo as justificativas e os significados das categorias que foram criadas para a pesquisa, dá-se início à análise dos cartazes.

5

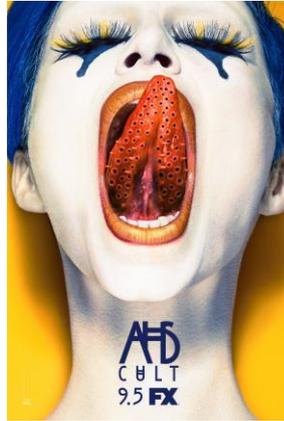
ANÁLISES

Cada cartaz foi analisado na ordem das categorias mencionadas na seção anterior, iniciando com a *Aparência e contexto do personagem*, no intuito de compreender as expressões corporais, relacionadas ao comportamento dos personagens e suas motivações, associando-as às próximas categorias. Na categoria *Combinação das cores*, foram observados as cores predominantes e seus significados relacionados ao contexto de horror do seriado. A terceira categoria, denominada *Linhas*, observou as direções apontadas pelos objetos, criadas muitas vezes a partir da maquiagem, auxiliando também, nas suas intenções para constituir o grotesco e outras sensações. A seguir, a categoria *Formas* identificou a repetição dos elementos, manifestando sentimentos através de círculos, quadrados e triângulos. Já a categoria *Contraste de luz e sombra* observou o emprego de tais recursos por meio da maquiagem. Por fim, a sexta e última categoria, *Textura*, foi observada como uma das principais responsáveis pela composição do elemento horror.

No primeiro cartaz, na Figura 1, há uma mulher maquiada, de pele branca, cílios postiços nas cores azul e amarelo e abaixo de cada olho o desenho de uma gota azul, como lágrimas de maquiagem azul escorridas. Seu cabelo é azul e está preso para trás, destacando seu rosto com boca bem aberta, tanto que alguns dentes aparecem e sua língua está para fora da boca, apontando para cima, a ponta encostando no lábio superior. Na língua há diversos

pequenos buracos e espinhos. A personagem está de olhos fechados e com a cabeça inclinada para cima, atrás dela uma parede ou fundo amarelo.

Figura 1: Cartaz de anúncio “Sinta o sabor”



Fonte: Adorocinema (2022). Postado em 31 de Ago. 2017

Partindo da primeira categoria, *Aparência e contexto do personagem*, depara-se com a cabeça da modelo inclinada para cima, o que constata o contexto da série por meio do movimento, pois segundo Will e Tompakow (2015, p.30), “a cabeça erguida significa hipertrofia do controle mental”. Dado que um dos personagens principais, Kai (Evan Peters), possui um fascínio tão grande pelo novo presidente eleito nos Estados Unidos e seus ideais, que tem a capacidade de organizar um culto, convertendo pessoas e afetando diretamente suas mentes, convencendo-as que os seus ideais estão corretos e que ele seria uma figura superior.

A *Combinação de cores* percebida é de uma composição que reúne o branco, o amarelo, o vermelho e o azul, o uso do amarelo faz sentido pois, segundo Farina (2006), a cor representa o orgulho, o ciúmes, o ódio, a inveja e o poder. Desta forma, a cor relaciona-se com o personagem Kai (Evan Peters), um sociopata e manipulador, que tenta seguir uma carreira política após o resultado das eleições, e junto com sua irmã formam um Culto em Brookfield Heights. Assim, na trama seus ideais baseiam-se em estimular seus seguidores a assassinar pessoas que vão contra os seus princípios. A cor amarela está inserida no fundo da modelo como se ela estivesse recebendo uma “luz” em seus pensamentos. Farina (2006, p.101) esclarece que o “amarelo deriva do latim *amaryllis*. Simboliza a cor da luz irradiante em todas as direções” e em contraste com o vermelho, considerada pelo autor uma cor quente, “o amarelo adquire uma luminosidade maior, chama muito mais atenção e desperta os impulsos de adesão”, o que explica a aceitação das pessoas para seguir os ideais de Kai.

O vermelho, conforme Farina (2016), apresenta significados associados a diversas sensações, tais como a força, o movimento, a coragem, a glória, a violência, a ação e a agressividade. Adjetivos que compõem a temática do horror, do grotesco e de todos os assassinatos que ocorrem durante os episódios. Mas o simbolismo através do cartaz também representa a excitação, a sensualidade e o sangue. Já o azul, segundo Farina (2016) remete a frieza, verdade, intelectualidade, confiança e fidelidade. Uma observação importante é que no enredo, Kai, logo após o anúncio do novo presidente do país, pintou seu cabelo de azul, o que podemos simbolizar a fidelidade, como também a bandeira dos Estados Unidos.

A categoria *Linhas* foi identificada tanto na representação do grotesco quanto da beleza. O grotesco, na formação irregular de uma boca, esticada no sentido vertical distorcendo a realidade, já que as linhas que a formam transmitem um estranhamento ao espectador. Farina (2016, p.143) aponta que a irregularidade “ênfatiza o inesperado e o insólito, sem ajustar-se a nenhum plano decifrável” e em conjunto com a língua sobreposta a boca, apontada para cima através das linhas que vão indicando a direção e se afunilando, trazem uma sensação de angústia e repulsa. Já a beleza é despertada pelos traços femininos, suaves, harmônicos e até mesmo sensuais, com uma mandíbula bem marcada, o pescoço fino e um nariz delicado, a maquiagem também é responsável por representar a sensualidade, com olhos bem marcados, cílios grandes e preenchidos e o seu maior símbolo, o batom vermelho.

As *Formas* articulam e complementam essas sensações, e por meio da repetição de micro círculos inseridos na língua da modelo provocam aversão, repulsa e até medo para algumas pessoas, sendo sintomas comuns à quem possui uma fobia conhecida como tripofobia, descoberta recentemente pela ciência: “em 2013, pesquisadores da Universidade de Essex, no Reino Unido, analisaram este curioso temor. Estudaram 286 adultos e descobriram que 16% reagem com aversão a padrões repetitivos, inclusive reações fisiológicas como o aumento dos batimentos cardíacos” (BBC NEWS BRASIL, 2017). Assim, no contexto do seriado, a personagem Ally apresenta um quadro grave com diversas fobias que lhe causam ataques de pânico, sendo a tripofobia mencionada como uma delas.

Considerando que a partir do *Contraste de luz e sombra*, “é possível criar mais volume ou diminuí-lo” (HALLAWELL, 2010, p. 196), na imagem, por meio da maquiagem, é perceptível que há uma sombra no contorno de todo rosto da modelo, o que ocasiona o olhar do observador ser direcionado para a boca, onde o centro do rosto é mais iluminado. “Se sua intenção é diminuir o volume de algo, clareie onde haverá mais sombra” (HALLAWELL, 2010, p. 196), neste caso, foi feito o efeito contrário. Assim, conforme Dondis (1997, p.107), por meio do “contraste de substâncias e a receptividade dos sentidos a esse mesmo contraste dramatiza

o significado através de formulações opostas”. Logo, este contraste auxiliou na construção das sensações de medo, por exemplo, dentro dos buracos da língua (Figura 1), com sombra completamente preta, sugerindo a ideia de profundidade, que transmite agonia.

Abrangendo a categoria *Textura*, Dondis (1997, p. 71) evidencia que “a maior parte de nossa experiência com a textura é ótica, não tátil”. No cartaz, a textura está no cabelo, na pele, nos lábios e na língua da personagem, com buracos e espinhos em relevo. Apesar de não serem objetos táteis, as texturas projetam sentimentos e a sensação de realidade à composição. A maquiagem concebe a textura aveludada da pele pintada de branco da modelo, cobrindo a cor da sua pele, compondo traços da maquiagem do palhaço. A textura da língua assemelha-se à tentáculos de polvo, o que afirma a ideia de Sodré e Paiva (2014) ao constante uso de características de animais fundidas ao corpo humano para compor a estética do grotesco.

O segundo cartaz de divulgação do seriado, a Figura 2, também mostra uma mulher de cabelos azuis. Desta vez, sua pele está maquiada de azul e nas bochechas há vários buracos. Sua boca está entreaberta, os lábios com batom vermelho e no lugar dos globos oculares estão colmeias. As extremidades ao redor dos olhos estão vermelhos e na ponta de seu nariz há uma abelha. A mulher também está olhando para cima e sendo puxada pela cabeça, pelos dedos de duas mãos posicionadas na altura das suas sobrancelhas, em frente a um fundo preto.

Figura 2: Cartaz de anúncio “Estamos de olho em você”



Fonte: Adorocinema (2022). Postado em 31 de Ago. 2017

Perante a categoria *Aparência e contexto do personagem*, percebe-se uma expressão de medo na modelo, que para Will e Tompakow (2015), é representado através de seus olhos e narinas bem abertas, como também a boca entreaberta. As duas mãos puxando a cabeça da modelo para trás, em semelhança ao contexto de vida do personagem Kai, retrata que o medo sentido pela personagem provém da manipulação psicológica que ela está sofrendo.

Diante da categoria *Combinações de cores*, o azul é predominante no cartaz, maquiado integralmente na pele da modelo e novamente na cor do cabelo. Conceituada como uma cor que simboliza a fidelidade, é possível significar a modelo como uma participante do culto de Kai. Há também uma relação com a expressão mencionada por Farina (2016, p. 102) denominada “sangue azul”, que através da história de seu significado compreendeu-se a relação da imagem aos ideais racistas pregados por Kai.

Depois que os mouros dominaram a Península Ibérica, no século VIII, os espanhóis – originalmente de pele bem branca – passaram a ter filhos mais morenos, [...] devido à miscigenação com os invasores. A aristocracia, no entanto, orgulhava-se de não ter se misturado àquele povo de pele quase negra e apontava para as próprias veias, onde parecia correr sangue azul, como se isso fosse prova de uma ascendência mais nobre. De fato, o sangue venoso tem aspecto azulado se visto através da superfície da pele, ainda mais se esta for clara, acentuando o contraste de cores. Daí em diante, a expressão “sangue azul” percorreu o planeta como sinônimo de nobreza. (SUPERINTERESSANTE, 2001)

As *linhas* seguem o mesmo padrão da imagem anterior, mesclando a beleza ao grotesco. Nesta imagem a beleza é designada através da boca de palhaço, maquiada com traços delicados e um batom vermelho. As linhas desenhadas puxam os cantos da boca para cima, lembrando a típica caracterização do palhaço já mencionado. Visto que para Dondis (1997, p.57) “a linha reflete a intenção do artífice ou artista, seus sentimentos e emoções mais pessoais e, mais importante que tudo, sua visão”, esta linha traçada, mesmo que comedida, força um sorriso na modelo. Ao mesmo tempo é puxada pela cabeça de modo violento e por conseguinte transmite um sentimento irônico na imagem. Presencia-se o grotesco nas linhas vermelhas localizadas nas pálpebras dos olhos, que além da cor chamar a atenção, os traços espessos provocam aflição pelas pálpebras parecerem estar deslocando-se dos olhos.

A repetição de *Formas* circulares destacam-se na imagem novamente, mas nesta, os círculos são de tamanhos desiguais, há círculos dentro de círculos e estão inseridos na pele, pelas laterais do rosto, traçando a formação de um caminho até os olhos. Assim, apesar da frase “os olhos são as janelas da alma” ser apenas um ditado popular e “a Ciência moderna não reconhecer a existência de uma alma, ela sugere que há um tanto de verdade nesse ditado: os olhos não só refletem o que está acontecendo no cérebro como também podem influenciar a maneira como nos lembramos das coisas e tomamos decisões” (BBC NEWS BRASIL, 2015). Podendo ser interpretados como a fobia de Ally está consumindo e afetando seu psicológico gradativamente, considerando que o interior dos olhos da modelo estão repletos de círculos, com formas e cores que se assemelham a uma colméia.

A categoria *Contraste de luz e sombra* é retratada através do contraste da modelo com o fundo preto. Esta cor, segundo Farina (2016, p.98) significa “a ausência de luz e corresponde a sombras e a escuridão. É a cor da vida interior sombria e depressiva”. Entretanto, o contraste concedido pelo fundo ampara a criação da atmosfera do horror, definido por Dondis (1997, p. 121) como “o aguçador de todo significado; é o definidor básico das idéias. Entendemos muito mais a felicidade quando contrapomos à tristeza, e o mesmo se pode dizer com relação aos opostos amor e ódio”, voltando para a ideia da ironia gerada pelo sorriso desenhado na boca em um meio sombrio. E os pontos de luz são gerados pelo recurso da maquiagem, destacando a boca, o nariz, os olhos e as mãos, e também, sombreando partes do corpo com objetivo de dar enfoque aos iluminados.

Define-se na categoria *Textura* os olhos retratando uma colmeia, e cavidades salientes na bochecha. Assim, visto que a estrutura da colmeia é formada por uma rainha, operárias e zangões e que "as funções exercidas pela rainha são a postura de ovos e a manutenção da ordem social na colmeia" (EDUCAÇÃO UOL, 2022), é possível relacionar este conceito com a forma em que Kai comanda seus seguidores, e os ovos postos pela rainha seriam as pessoas que converte para seu culto. Em contexto com a imagem, a mulher está sendo doutrinada a participar do culto. As cavidades construídas na bochecha aplicadas na maquiagem, apresenta além da textura, a técnica de variação, que é utilizada segundo Dondis (1997, p 153) quando “a estratégia da mensagem exige mudanças e elaborações [...] no sentido de que as mutações são controladas por um tema dominante”. Assim, estas mudanças podem ser interpretadas como pensamentos modificando-se perante ao tema dominante, o personagem Kai.

Harmonizado aos outros cartazes da campanha, o terceiro anúncio (Figura 3), exibe uma mulher com a pele maquiada de branco, batom vermelho nos lábios, com os olhos fechados e uma leve sombra vermelha nas pálpebras. Há um risco em cada olho na vertical, localizado embaixo dos olhos e acima das sobrancelhas. Ela está com as mãos na cabeça, onde é cortada e aparece no lugar de seu cérebro uma colmeia. Uma abelha está em sua testa, com gotas de mel escorrendo pela mesma. Atrás da modelo, há uma projeção da colmeia.

Figura 3: Cartaz de anúncio “Pense igual a nós”



Fonte: Adorocinema (2022). Postado em 26 de Jul. 2017

Mediante a categoria *Aparência e contexto da personagem*, analisou-se os significados através da expressão da modelo, que para Will e Tompakow (2015), o rosto e o olhar baixos podem referir-se a alguém que está sendo submisso. Em conjunto com as mãos direcionadas à cabeça, esse gesto vertical segundo Hallawell (2010, p. 52) é transmitido “quando alguém quer ser enfático e decidido”, assim é subentendido que a mulher está em sua totalidade integrada e aberta a servir ao culto de Kai.

Em contrapartida ao cartaz anterior, onde apresentou-se na categoria *Combinação de cores* a predominância do azul, este é perceptível o amarelo como destaque. Apontada por Farina (2006) como uma cor que representa o idealismo e a divindade, mas também associada ao ódio e a irritabilidade. São estímulos psicológicos que explicam como a mulher da imagem foi guiada a seguir os ideais de Kai, do qual pode ser identificado como se fosse um mentor, uma divindade capaz de manipular e difundir preconceitos. A pele maquiada de branco reaparece, e associado por Farina (2016, p.97) que “distante de significar simplesmente paz, o branco representa a adição de todos os comprimentos de onda, tornando-se a mais intensa e irritante cor do espectro”. Assim, há na imagem a presença da ironia, pois além da maquiagem trazer características do palhaço, e o branco também representar para Farina (2016) a neutralidade e a pureza, conversando com a expressão da modelo que está neutra e tranquila, a cor ao mesmo tempo acentua o ódio instaurado no Culto.

As *Linhas* atravessam a cabeça da modelo, formando um corte profundo entre o cérebro e o rosto, a cena do cérebro aberto pode ser definida por Sodré e Paiva (2014, p. 53) como um “realismo grotesco, que gira em torno do “corpo grotesco”, isto é, uma corporalidade inacabada, aberta às ampliações e transformações”. Causando aflição ao espectador, e demonstrando de

forma literal que a mulher está com a mente aberta às ideias do culto. As linhas vermelhas maquiadas na vertical nos olhos, auxiliam na caracterização que remete ao palhaço, pela cor e espessura, aludem a cortes com sangue e a violência.

Os hexágonos são as *Formas* com maior evidência na imagem, e em conjunto retratam um cérebro que alude uma colmeia, objetos que podem ser relacionados entre si, pois em contexto com uma comunidade de abelhas “a rainha atinge seu objetivo de manter a ordem social através da liberação de substâncias químicas chamadas feromônios. Essas substâncias informam os outros membros da colmeia de que existe uma rainha presente” (EDUCAÇÃO UOL, 2022). Logo, há alguma semelhança entre as abelhas e os seres humanos, pois segundo Will e Tompakow (2015, p.66) “quem está num grupo sempre influencia o comportamento deste, e por sua vez, também por ele é influenciado”. Deste modo, o cérebro e a colmeia ressignificam-se, e reforçam a ideia da manipulação psicológica concebida pelo culto.

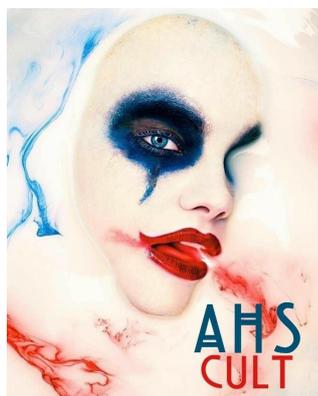
A partir da categoria *Contraste de luz e sombra*, foi observado o fundo em contraste com a personagem, cujo está projetando elementos de uma colmeia. Essa justaposição de elementos semelhantes, segundo Dondis (1997, p.156) “exprime a interação de estímulos visuais, colocando, duas sugestões lado a lado e ativando a comparação das relações que se estabelecem”, desse modo é possível comparar e significar o fundo junto ao cérebro exposto, fazendo a alusão de que a mulher estaria divagando dentro de sua própria mente. Ao mesmo tempo há traços delicados e sensuais na imagem expostos através da maquiagem, com as laterais do rosto bem marcadas por uma sombra preta. Os olhos esfumados com sombra preta, trazem profundidade aos mesmos e transmitem uma sensação de mistério à modelo.

Aparente na pele, nos lábios, na sombra e nos ricos desenhados na vertical dos olhos, a maquiagem produz a *Textura*, da qual, em consequência projeta um maior realismo à imagem. Assim, Dondis (1997, p.71) menciona que “a textura se relaciona com a composição de uma substância através de variações mínimas na superfície do material”, estas são elaboradas através da maquiagem. O mel escorrendo pela testa da modelo, também produz a sensação de existir textura em uma superfície plana, visto como um alimento essencial para sobrevivência das abelhas em uma colméia, e compreendendo que “os componentes do mel podem ajudar as abelhas a viver por mais tempo, aumentar sua tolerância a condições desfavoráveis, como o frio intenso, e ampliar sua capacidade de combater infecções e curar feridas” (BBC NEWS BRASIL, 2022). É possível significar o mel presente na imagem, tendo relação ao seriado, em como é necessário manter sempre “alimentado” os ideias do Culto, isto é, a necessidade de sempre estar motivando as pessoas para que continuem sendo manipuladas.

O último cartaz, a Figura 4, retrata uma pessoa imersa em um líquido branco, com o

rosto para fora. Neste líquido há tintas azuis e vermelhas espalhadas, como se a maquiagem em seu rosto estivesse derretendo ou sendo dissolvida. A pele da modelo é branca e ela está com a boca entreaberta, usando um batom vermelho, puxado nos cantos, como se simulasse um sorriso. Em seus olhos está aplicada uma sombra azul escuro, esfumada em forma de círculo ao redor dos olhos (um deles está quase completamente submerso no líquido branco), transpassando as áreas dos olhos que estão abertos, até a altura das sobrancelhas e olheiras.

Figura 4: Cartaz de anúncio “Banho de leite”



Fonte: Adorocinema (2022). Postado em 30 de Ago. 2017

Observa-se a partir da categoria *Aparência e contexto da personagem* que a pessoa na imagem encontra-se submersa em um líquido branco, do qual se assemelha ao leite. Entretanto, visto que o significado do simbolismo do leite foi utilizado

na Alemanha nazista de Hitler, Joseph Goebbels, seu ministro da propaganda, fazia reuniões incentivando os participantes a beberem leite. O gesto simbolizava o reinado do povo ariano sobre os outros povos, e não por acaso também foi utilizado pelos defensores do apartheid na África do Sul, onde as ideias racistas se baseavam também na capacidade de digerir a lactose. (BRASIL DE FATO, 2020)

Identificando a relação deste simbolismo ao seriado, por exemplo, há uma cena durante o episódio 5, onde Beverly, repórter e seguidora do Culto, menciona que a inspiração para os assassinatos e violências cometidas seria o filme *Laranja Mecânica* (1971), onde o protagonista é um sociopata ultraviolento que bebe leite no intuito referenciar o nazismo.

Em relação a categoria *Combinação de cores*, é perceptível a predominância do branco na imagem, que remete, segundo Farina (2016) a pureza, ordem e limpeza. Significados que fazem sentido ao compreender que o seriado em diversos momentos demonstra ideologias nazistas, por exemplo, os conflitos causados por conta de lados políticos, a esquerda e a direita. Através destes, o Culto declarava a esquerda como pessoas inferiores à direita, e utilizavam o

argumento de “limpar” o mundo como motivo para cometer assassinatos. O branco, em conjunto ao azul e o vermelho usados através da maquiagem, lembram a bandeira dos Estados Unidos, como também ao sangue arterial e venoso que passam pelo coração, podendo simbolizar o forte patriotismo que é representado no seriado.

As *Linhas* apresentam-se ao produzirem um tênue limite entre o líquido e rosto, os dividindo e trazendo uma sensação de que a pessoa está quase se afogando, pelo branco significar, segundo Farina (2016, p.97) “para nós, ocidentais, o vestibulo do fim, isto é, o medo, além de representar um espaço (entre linhas, por exemplo)”. Entretanto, também pode ser relacionada como um momento de purificação e um ritual de batismo para entrar no culto. Apesar de não haver cenas como esta, é possível relacionar a imagem a alguém que está envolvido no culto e que o considera uma religião.

A maquiagem é responsável pela maioria das *Formas* na imagem, como a pintura circular ao redor do olho, que escorre pela bochecha como se imitasse uma lágrima, em conjunto aos lábios, que como nas imagens anteriores, forçam um sorriso erguendo as laterais da boca utilizando o batom vermelho. Lembrando a maquiagem característica do palhaço, proferindo assim, uma sensação de ironia. Observa-se também, a posição do rosto emergindo, causando uma sensação de instabilidade na imagem, que para Dondis (1997, p.141) “é a ausência de equilíbrio e uma formulação visual extremamente inquietante e provocadora”.

Ao contrário das imagens anteriores, perante a categoria *Contraste de luz e sombra*, se constata pouco contraste na imagem por causa da predominância do branco. O contraste, segundo Dondis (1997, p.108) “desequilibra, choca, estimula, chama a atenção. Sem ele, a mente tenderia a erradicar todas as sensações, criando um clima de morte e de ausência de ser”, assim, a imagem é capaz de trazer um sentimento angustiante ao espectador. A sombra é encontrada principalmente através da maquiagem, nos olhos e boca, estimulando a primeira visualização da imagem diretamente para estas partes do cartaz.

Encontra-se na imagem a *Textura* através da maquiagem derretida no líquido branco, da qual causa uma sensação de espontaneidade, que para Dondis (1997, p.148) “caracteriza-se por uma falta aparente de planejamento, é uma técnica saturada de emoção, impulsiva e livre”. Adjetivos que expõem aspectos propostos durante os episódios, como a liberdade que os participantes do Culto sentiam para tirar vidas, crendo que não precisavam arcar judicialmente com as consequências de seus atos.

Englobando todos os cartazes é possível identificar e categorizá-los como pertencentes ao que Sodré e Paiva (2014) mencionam como grotesco crítico, definido pelos autores como uma categoria da qual

dá margem a um discernimento formativo do objeto visado. Ou seja, não propicia apenas uma privada percepção sensorial do fenômeno, mas principalmente o desvelamento público e reeducativo do que nele se tenta ocultar. É, assim, um recurso estético para desmascarar convenções e ideais, ora rebaixando as identidades poderosas e pretensiosas, ora expondo de modo risível ou tragicômico os mecanismos do poder abusivo (SODRÉ E PAIVA, 2014, p.64).

Fazendo a reflexão de que “da arte se espera que provoque o êxtase do infinitamente grande e do infinitamente belo, que faça contemplar a perfeição” Lipovetsky e Serroy (2015, p.12), os cartazes do seriado quebram essa percepção, utilizando elementos artísticos para isso, e da maquiagem para dar vida às cores, formatos e texturas. Encaixando-se em uma visão diferenciada, distante do que seria considerado uma perfeição e contemplando a estética do grotesco em suas formas bizarras como um cérebro em formato de colmeia. Sodré e Paiva (2014, p. 28) definem que “o grotesco é uma palavra sempre associada ao disforme (conexões imperfeitas) e ao onírico (conexões irreais)”. E assim, os cartazes foram capazes de distinguir-se de outros do gênero horror, trazendo uma proposta inovadora e artística.

6

CONSIDERAÇÕES

FINAIS

A partir da questão norteadora da pesquisa, como a maquiagem funciona enquanto recurso estético de linguagem visual na divulgação da temporada *Cult do seriado American Horror Story?*, concluiu-se que a maquiagem atuou como um recurso estético essencial para representação do seriado nos cartazes, através dos aspectos das categorias analisadas de acordo com Dondis (1997) em sintaxe da linguagem visual, Farina (2016) em psicodinâmica das cores, Sodré e Paiva (2014) em grotesco, Will e Tompakow (2015) em expressões corporais e Hallawell (2010) para visagismo. Em resumo, constatou-se que sem o recurso da maquiagem não seria possível construir alguns significados e sentimentos desejáveis para representação do horror no seriado. Caso os traços do palhaço fossem retirados, por exemplo, a ironia e a sensualidade se esvairiam e sobraria apenas um rosto comum, com outros elementos do horror evidentes, mas que possivelmente não se destacariam de muitos outros que utilizam de técnicas parecidas.

No intuito de obter resultados, o primeiro objetivo específico foi identificar os principais elementos constituintes da linguagem visual, e Dondis (1997) foi um dos autores essenciais para proporcionar estes elementos. Reconhecendo que cada detalhe no cartaz obtinha um propósito, cada linha, forma, entre outros, auxiliou a representação do horror ou até a

compreensão da complexidade psicológica dos personagens, bem como a motivação de seus atos. Mas antes de analisar estes elementos, foi necessário compreender como o recurso estético da maquiagem expressa-se enquanto linguagem visual.

Para conclusão do segundo objetivo específico, foi preciso a busca de obras que não necessariamente pertencem ao universo da maquiagem, devido à dificuldade de encontrá-las, e as utilizadas pelo artigo correspondiam, em sua maioria, a técnicas para tornar-se um profissional da área, das quais não agregam a pesquisa. Assim, se constatou que o recurso da maquiagem esteve desde a evolução da humanidade em constante metamorfose e integrou diversas formas de expressão corporal humana. Hoje em dia, está inserida em todas as suas formas (efeitos especiais, beleza, artística) em produções como o teatro e o cinema, e ainda é um recurso muito utilizado com o objetivo de realçar a beleza das mulheres, mas que vem se expandindo como sinônimo de liberdade de expressão para grupos LGBTQIA+, por exemplo.

O terceiro objetivo proposto foi analisar os elementos estéticos de maquiagem aplicados aos cartazes de divulgação da temporada *Cult* do seriado *American Horror Story* (2011), relacionando-os à expressão da atmosfera do horror. Neste sentido, observou-se que os efeitos especiais e o artístico se sobressaíram e uma hibridização do belo com o grotesco foi evidenciada. Assim, os elementos analisados foram um recurso importante para pontuar que os próprios personagens da série estavam servindo de objetos criativos para a composição. A maquiagem certamente auxiliou nesse processo, sugerindo sentimentos que a série teve pretensão em comunicar aos espectadores. Nos cartazes são representados as fobias, a psicologia por trás do culto, os assassinatos, o horror, a tensão, a ironia, contemplando em cada um, elementos estéticos bem definidos para que representassem com clareza todos os sentimentos desejados.

A análise feita demonstra sua importância ao valorizar a maquiagem como um recurso estético, revelando como pode ser utilizada estrategicamente na comunicação de um instrumento publicitário, podendo simbolizar desde uma marca até um produto-midiático. Um exemplo clássico que é possível apontar como a maquiagem é capaz de representar uma marca, é o personagem Ronald McDonald, mascote das franquias McDonald's e outro personagem mundialmente conhecido é o Jigsaw, serial killer da saga *Jogos Mortais* (2004-2021), ambos usam características de uma maquiagem de palhaço, mas com objetivos e significados diferentes, observando-se a relevância de uma caracterização bem sucedida.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADOROCINEMA. **American Horror Story**. Brasil: 26 jul. 2017. Disponível em: <https://www.adorocinema.com/series/serie-10001/foto-detalhada/?cmediafile=21429047>. Acesso em: 17 abr. 2022.

ADOROCINEMA. **American Horror Story**. Brasil: 29 ago. 2017. Disponível em: <https://www.adorocinema.com/series/serie-10001/foto-detalhada/?cmediafile=21438264>. Acesso em: 17 abr. 2022.

ADOROCINEMA. **American Horror Story**. Brasil: 30 ago. 2017. Disponível em: <https://www.adorocinema.com/series/serie-10001/foto-detalhada/?cmediafile=21438631>. Acesso em: 17 abr. 2022.

ADOROCINEMA. **American Horror Story**. Brasil: 1 set. 2017. Disponível em: <https://www.adorocinema.com/series/serie-10001/foto-detalhada/?cmediafile=21438881>. Acesso em: 17 abr. 2022.

BARBOSA, Luciane. **Visagismo e Maquiagem**. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2017.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. 70ª ed. São Paulo: Persona, 1977.

BASTEN, Fred. **Max Factor: O Homem que Mudou as Faces do Mundo**. Tradução de Daniela Dias. São Paulo: Matrix, 2021.

BBC NEWS. **Porque o mel é um superalimento para as abelhas**. Brasil: 1 jan. 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-59805652>. Acesso em: 20 set. 2022.

BRASIL DE FATO. **Leite, racismo e neonazismo**. Brasil: 12 jun. 2020. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2020/06/12/leite-racismo-e-neonazismo>. Acesso em: 20 set. 2022.

CATHARINE HILL. **Maquiagens para efeitos especiais: 5 produtos para utilizar nesse tipo de trabalho**. Disponível em: <https://blogcatharinehill.com.br/catharine-hill/maquiagens-para-efeitos-especiais/>. Acesso em: 24 set. 2021.

CORREIA, Gabriel. **O Gênero Horror e o Arqui-gênero: Subgêneros e Transtextualidade em A Casa Muda, Audion e a Centopéia Humana**. Maranhão: UFMA, 2012. 10 p. Dissertação (Mestrado) - Revista Científica do Departamento de Comunicação Social, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2012.

DONDIS, Donis. **Sintaxe da Linguagem Visual**. Tradução de Jefferson Luiz Camargo. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

EDUCAÇÃO UOL. **Abelhas**: na sociedade da colméia há rainha, operários e zangões. Disponível em: <https://educacao.uol.com.br/disciplinas/ciencias/abelhas-2-na-sociedade-da-colmeia-ha-rainha-operarias-e-zangoes.htm>. Acesso em: 19 jul. 2022

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinhos. **Psicodinâmica das Cores Comunicação**. 5ª ed. São Paulo: Blucher, 2006.

FINALE, TV Series. **American Horror Story: Season Seven Ratings**. Estados Unidos: 15 nov. 2017. Disponível em: <https://tvseriesfinale.com/tv-show/american-horror-story-season-seven-ratings/>. Acesso em: 17 abr. 2022.

GOLDENBERG, Mirian. **A Arte de Pesquisar**: Como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais. 8ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.

HALLAWELL, Philip. **Visagismo**: Harmonia e Estética. 6ª ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2002.

HISTÓRIA da maquiagem. **Portal Educação**, São Paulo, 2022. Disponível em: <https://siteantigo.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/esporte/historia-da-maquiagem/27189#>. Acesso em: 27 de mar. de 2022.

JIMENEZ, Marc. **Estética**: O que é Estética?. Tradução de Fulvia Moretto. São Leopoldo: Editora da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 1999.

LIPOVETSK, Gilles; SERROY, Jean. **A Estetização do Mundo**: Viver na Era do Capitalismo Artista. Tradução de Eduardo Brandão. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

LLC, FX Networks. **Be Of Like Mind**: The Official Poster for AHS: Cult is Here. Los Angeles, 27 jul. 2017. Facebook: americanhorrorstory. Disponível em: <https://www.facebook.com/americanhorrorstory/photos/1496628890373089>. Acesso em: 14 abr. 2022.

LLC, FX Networks. **Have a Taste**. Los Angeles, 17 Ago. 2017. Facebook: americanhorrorstory. Disponível em: <https://www.facebook.com/americanhorrorstory/photos/1506312699404708>. Acesso em: 14 abr. 2022.

LLC, FX Networks. **We Have Our Eyes On You**. Los Angeles, 8 ago. 2017. Facebook: americanhorrorstory. Disponível em: <https://www.facebook.com/americanhorrorstory/photos/1496628890373089>. Acesso em: 14 abr. 2022.

MAXIMILIANO, Cristiani. **Maquiagem e Visagismo**. Indaial: Centro Universitário Leonardo da Vinci, 2016.

MORAES, Julierme (Org.). **A Sétima Arte por Historiadores: Crítica, cineastas, filmes e espaço**. São Paulo: Edições Verona, 2018.

NOGUEIRA, Luís. **Manuais de Cinema II: Gêneros Cinematográficos**. Covilhã: Livros LabCom, 2010.

OCKENFEL, Frank. American Horror Story: Cult. **Percival & Associates**, 5 Set. 2017. Disponível em: https://percivalandassociates.com/portfolio_page/american-horror-story-cult-2/. Acesso em: 13 Abr. 2022.

PANIZZA, Janaina. **Metodologia e Processo Criativo em Projetos de Comunicação Visual**. São Paulo: ECA/USP, 2004. 254p. Dissertação (Mestrado) - Ciências da Comunicação, Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, 2004.

PINHEIRO, Micheline. **A Arte do Disfarce: A Maquiagem Como Mídia e o Processo de Construção de Personagens na Obra Audiovisual**. São Paulo: PUC, 2016. Dissertação (Mestrado) - Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, 2016.

RAMOS, Adriana. **O design de aparência de atores e a comunicação em cena**. São Paulo: PUC, 2008. 173 p. Tese (Doutorado) - Doutorado em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008.

RANGEL, Natalia. Quais as origens da maquiagem? **Superinteressante**, 10 de Dez. 2018. Disponível em: <https://mundoestranho.abril.com.br/materia/como-surgiu-a-maquiagem>. Acesso em: 27 de mar. 2022.

SAMPAIO, José. **A Maquiagem nas Formas Espetaculares**. TEMPOS DE MEMÓRIA: Vestígio, Ressonâncias e Mutações, 2012, Porto Alegre. Anais do VII Congresso do ABRACE. Salvador: UFBA, 2012. 7p.

SANTOS, Mário. **Dicionário de Filosofia e Ciências Culturais**. São Paulo: Matese, 1963.

SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. **O Império do Grotesco**. 2. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2014.

SOUSA, Camila. American Horror Story: Cult lidera prêmio do Sindicato de Maquiadores e Cabeleireiros. **Omelete**, 29 de Jun. 2018. Disponível em: <https://www.omelete.com.br/american-horror-story/american-horror-story-cult-lidera-premio-do-sindicado-de-maquiadores-e-cabeleireiros>. Acesso em: 27 de mar. de 2022.

SOUZA, Tania. **A Análise do Não Verbal e os Usos da Imagem nos Meios de Comunicação**. Tese (Mestrado) - Comunicação no 2º Colóquio de Analistas del Discurso, Universidad del Plata, Instituto de Linguística da Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 1997.

TOMPAKOW, Roland; WEIL, Pierre. **O corpo fala: A linguagem silenciosa da comunicação não verbal**. 74ª ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2015.

UNESP. **A Estética do Belo**. São Paulo: Redefor, 2012. Rede São Paulo de Formação Docente (Org.). **Cursos de Especialização para o quadro do Magistério da SEESP**. São Paulo: Redefor, 2012.

XII CONGRESSO INTERNACIONAL DA ABRALIC, 18 a 19 de jul., 2011, Curitiba. **As Relações entre “Monstruosidade” e “Medo Estético”**: Anotações para uma Antologia dos Monstros na Narrativa Ficcional Brasileira. Rio de Janeiro: Julio França, 2011.

ANEXO A – CARTAZES DOS ANÚNCIOS

