

O SENSACIONAL DA IMAGEM-PRODUTO

Verônica Zini¹, Ana Mery Sehbe De Carli², Margareth Kuhn Martta³, Claudia Zamboni³, Roger Luiz da Cunha Bundt³ - Departamento de Artes, Centro de Arquitetura e Artes, Campus 8 - Cidade das Artes/ Universidade de Caxias do Sul

A pesquisa tem como objeto a interpretação de produções cinematográficas selecionadas, que compõem o universo da imagem-produto. Aproveitando a qualidade e atualidade das produções cinematográficas contemporâneas, a preferência das pessoas por este composto de cultura/lazer e os recentes estudos de Edgar Morin, que incluem o cinema nas jornadas temáticas para a *Religação dos Saberes*, é oportuno pensar na utilização das produções cinematográfica como apoio no ensino universitário. Através da análise histórica, teórica e crítica desenvolvida pelos pesquisadores, nas suas áreas de conhecimento, e através da análise das observações colhidas na pesquisa de campo, pretende-se valorizar o cinema no estudo dos fenômenos da cultura. O atual objeto de pesquisa é o filme *Vanilla Sky* (2001-EUA), de Cameron Crowe. Os principais atores são Tom Cruise (David), Penélope Cruz (Sofia) e Cameron Diaz (Julie). *Vanilla Sky* relata a reviravolta drástica na vida de um jovem herdeiro, depois de um acidente de automóvel provocado por sua ex-namorada. Ele sobrevive, mas sua face fica desfigurada. A partir de então, o filme estabelece um intrincado jogo entre fatos da vida real e a vida paralela sonhada. *Vanilla Sky* remete a questões problemáticas da sociedade contemporânea. Destaco para estudo o consumo da pílula da felicidade, ou seja, drogas que mascararam sofrimentos. O protagonista do filme, David, contrata através de uma empresa ficcional, o “sonho lúcido”, nova versão da pílula da felicidade. No filme e também na vida real o consumo de drogas tem mostrado conseqüências desastrosas para os jovens, estas relações estão sendo trabalhadas. Para ilustrar cito Giannetti (*Felicidade*, 2002: 146/177): “A idéia de alterar estados de consciência por meio de manipulação química cerebral pode soar moderna, mas o sonho vem de longe. Não é de hoje que se especula, se fantasia e se experimenta em torno de facilitadores químicos e soluções mágicas para afastar o sofrimento e ser feliz. [...] O que não dá para engolir é a idéia de que a felicidade é alguma coisa que você compra, embrulha e leva para casa, como aspirinas ou picolés”.

Palavras-chave: imagem-produto, cinema, cultura, educação.

Apoio: UCS, FAPERGS, Videolar, Star Vídeo

¹ Bolsista de Iniciação Científica BIC/FAPERGS

² Orientadora

³ Colaborador(a)