



Fundação Educacional do Município de Assis  
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis  
Campus "José Santilli Sobrinho"

**Coordenadoria de Comunicação Social**

**DAYANE DE OLIVEIRA FERNANDES**

**Comunicação através da representação teatral:  
um estudo acerca do papel do clown**

**ASSIS**

**2013**

**FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE ASSIS – FEMA**  
**INSTITUTO MUNICIPAL DE ENSINO**  
**SUPERIOR DE ASSIS – IMESA**  
**Campus “José Santilli Sobrinho”**  
**Coordenadoria de Comunicação Social**

**COMUNICAÇÃO ATRAVÉS DA REPRESENTAÇÃO TEATRAL: UM ESTUDO**  
**ACERCA DO PAPEL DO CLOWN**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA e à Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA como requisito parcial de aprovação no curso de Publicidade e Propaganda.

**Orientanda:** Dayane Fernandes de Oliveira

**Orientadora:** Professora Doutora Eliane Aparecida Galvão Ribeiro Ferreira.

**Área de Concentração:** Ciências Sociais e Aplicadas

**ASSIS**  
**2013**

## **Folha de Apresentação**

**Orientadora: Eliane Aparecida Galvão Ribeiro Ferreira**

**Examinador:**

## **Dedicatória**

Ao meu marido Renan que tem sido meu braço direito, que me apoiou e nunca deixou de acreditar em mim. Aos meus pais, Rosemara e Vandelson, e a minha irmãzinha, Michelly, que me motivaram e deram ânimo para chegar até aqui.

## Agradecimentos

A concretização deste trabalho só foi possível através da união de muitos esforços, não só da minha parte como também de pessoas próximas que se envolveram comigo neste projeto.

Primeiramente, sou grata a Deus, que sempre foi a minha maior motivação para que eu chegasse até aqui, fez-me forte, deu-me bom ânimo e se fez presente todo tempo.

Agradeço ao Renan que, no início da pesquisa, era meu noivo, mas, no decorrer dela, tornou-se meu marido, auxiliando e incentivando-me desde a escolha do tema até a conclusão desta pesquisa. Ele foi meu maior apoio em todas as fases deste trabalho, por sempre ter acreditado em mim e por ser o homem de fé que tanto admiro.

À minha família, por reconhecer meu esforço e dedicação, sempre me motivando e incentivando para que eu não parasse no meio do caminho e por, sinceramente, se alegrarem com minhas conquistas.

À Professora Doutora Eliane Galvão, pelo seu ótimo trabalho, orientando-me do princípio ao fim, pelo muito que ela teve para me ensinar e por ter ido além de uma simples orientadora, e ter se tornado uma amiga com quem pude compartilhar experiências e alegrias.

À vida, por me permitir viver experiências como esta, aprendendo e crescendo um pouco mais a cada dia.

Aos meus amigos, pelo carinho recebido e por estarem comigo, auxiliando em momentos difíceis e se fazendo presente também nas alegrias.

À Lana Sultani e Luis Augusto Brasil, pelos materiais fornecidos e pelas experiências compartilhadas.

Enfim, sou grata a todos que, direta ou indiretamente, contribuíram para que se tornasse possível a conclusão desta pesquisa.

## Resumo

Este trabalho tem por objetivo, através da arte do clown/palhaço, analisar como se desenvolve a comunicação com os sujeitos em interação. Lembramos que, para sua comunicação, o clown emprega a forma não-verbal, que compreende a comunicação gestual (movimentos e posicionamentos do corpo), os vestuários e as cores deste, bem como as expressões faciais na transmissão de mensagens. Por meio desses recursos, ele se faz entender pelo receptor, mostrando como é possível manter a interação entre os seres humanos para além somente das palavras.

Diversos estudos apresentam o conceito de comunicar como sendo o de trocar informações por meio de textos verbais orais e/ou escritos, porém a comunicação pertence a uma área de estudo complexa. Diante do exposto, analisaremos como se efetiva a troca de informações por meio não só da utilização da fala e da escrita, mas também dos gestos, das roupas, da entonação, entre outros recursos próprios da representação teatral.

**Palavras-chave:** Clown; comunicação não-verbal; comunicação.

## **Abstract**

This project aims, through the art of clown/joker, analyze how communication develops in interaction with the subjects. Remember that, for their communication, the clown employs a non-verbal, gestural communication comprising (movements and postures of the body), garments and colors of this, as well as facial expressions in the transmission of messages. Through these resources, it is understood by the receiver, showing how it is possible to maintain the interaction between humans beyond just words.

Several studies present the concept of communication as the exchange of information through verbal texts oral and/or written, however the communication belongs to a complex area of study. Therefore, we will analyze how effective is the exchange of information not only through the use of speech and writing, but also gestures, clothes, intonation, and other features typical of theatrical representation.

**Keywords:** Clown; nonverbal communication; communication.

## SUMÁRIO

### CAPITULO 1

#### COMUNICAÇÃO, ESPECIFICIDADES E ORIGEM

<b>1. O QUE É COMUNICAR .....</b>	<b>13</b>
1.1 COMO ACONTECE A COMUNICAÇÃO .....	15
1.2 ELEMENTOS DA COMUNICAÇÃO .....	16
1.3 ELEMENTOS DA COMUNICAÇÃO INTERPESSOAL .....	17
1.4 TIPOS DE COMUNICAÇÃO .....	18
1.5 O RUÍDO E A REDUNDÂNCIA NA COMUNICAÇÃO .....	18
1.6 COMUNICAÇÃO ORAL.....	20
1.6.1 <i>Tipos de comunicação oral</i> .....	20
1.6.2 <i>Elementos que impedem a comunicação oral</i> .....	20
<b>2 LINGUAGEM E COMUNICAÇÃO .....</b>	<b>21</b>
2.1 NÍVEIS DE LINGUAGEM .....	21
2.2 SIGNO, SIGNIFICADO E SIGNIFICANTE.....	23
2.3 CÓDIGO E LINGUAGEM .....	25
2.4 DENOTAÇÃO E CONOTAÇÃO.....	25
2.5 SINCRONIA E DIACRONIA.....	25
<b>3 TIPOS DE MENSAGEM.....</b>	<b>26</b>
<b>4 A LÍNGUA, A FALA E A PALAVRA.....</b>	<b>26</b>
4.1 O LÉXICO.....	27
4.2 CAMPOS SEMÂNTICOS E CAMPOS LEXICAIS .....	28
4.3 VOCABULÁRIO E SUA UTILIZAÇÃO .....	28
4.4 EXPRESSIVIDADE.....	29
<b>5 TEORIA DA INFORMAÇÃO E CÁLCULO .....</b>	<b>29</b>
5.1 APLICAÇÕES .....	30
<b>6 COMUNICAÇÃO TEATRAL .....</b>	<b>30</b>

### CAPITULO 2

#### CONTEXTO HISTÓRICO E DEFINIÇÕES DO CÔMICO E SEUS PERSONAGENS

<b>1 A ORIGEM DO HUMOR .....</b>	<b>34</b>
<b>2 ORIGEM DO PALHAÇO/CLOWN .....</b>	<b>35</b>
2.1 DIABOS MEDIEVAIS.....	36
2.2 BOBOS DA CORTE E BUFÕES.....	37
2.3 COMMÉDIA DELL'ARTE .....	39

<b>3</b>	<b>ORIGEM DO CIRCO .....</b>	<b>41</b>
<b>4</b>	<b>DEFINIÇÕES E CARACTERÍSTICAS DO PALHAÇO/CLOWN .....</b>	<b>42</b>
4.1	EXISTE DIFERENÇA ENTRE CLOWN E PALHAÇO? .....	45
4.2	A ORIGEM DO TERMO CLOWN .....	46
4.3	BRANCO E AUGUSTO .....	47

### **CAPITULO 3**

#### **APARECIMENTO DO CLOWN NA MIDIA E NO DISCURSO PUBLICITÁRIO**

<b>1</b>	<b>A APRESENTAÇÃO DOS CLOWS COMO PERSONAGENS .....</b>	<b>51</b>
1.1	CHARLES CHAPLIN .....	51
1.2	RONALD MCDONALD .....	56
1.3	FILME: O MÁSCARA .....	62
1.4	O GORDO E O MAGRO .....	66
1.5	FILME: O PALHAÇO .....	69
1.6	PALHAÇOS DE HOSPITAIS .....	72
<b>2</b>	<b>OFICINAS DE CLOW .....</b>	<b>77</b>
<b>3</b>	<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>79</b>
<b>4</b>	<b>EXTRAS.....</b>	<b>80</b>
	<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>87</b>

## Introdução

Quando falamos em comunicação logo nos remetemos à ideia de pessoas conversando, revistas repletas de textos e até jornais com os avisos do dia, porém não paramos para pensar que comunicar vai muito além do que apenas falar, ouvir, ler e escrever.

Mesmo sabendo da existência da comunicação verbal, não podemos esquecer que a forma não-verbal pode comunicar mais em um contexto do que a própria fala ou escrita. Um exemplo disto ocorre quando estamos no trânsito e avistamos uma luz verde ou vermelha no semáforo. Ela nos comunica se devemos prosseguir ou parar. Há situações em que as expressões faciais dizem por si mesmas o que se nega, muitas vezes, no discurso, como quando ao ganharmos um presente indesejável, dizemos que gostamos, mas nosso olhar e nossas expressões comunicam o contrário.

Diversos estudos apresentam o conceito de comunicar como sendo “trocar informações” (Santos, 1992, p.09), porém, a comunicação pertence a uma área de estudo totalmente complexa. Diante das teorias que definem comunicação como “troca de informações”, como poderia se dar esta troca sem a utilização da fala e da escrita? Ao estudar a comunicação, entramos na área das ciências humanas, tendo o ser humano como sujeito-objeto de estudos, dessa maneira, torna-se difícil alcançar resultados conclusivos, ao contrário das ciências exatas, em que suas pesquisas podem ser observadas e comprovadas, as ciências humanas possuem um número maior de possibilidades, trazendo assim a necessidade de um estudo mais detalhado e minucioso.

Este texto tem por objetivo, através da arte do clown, analisar como se desenvolve a comunicação com os sujeitos em interação. Lembramos que, para sua comunicação, o clown emprega a forma não-verbal, que compreende a comunicação gestual (movimentos e posicionamentos do corpo), o vestuário e as cores deste, bem como as expressões faciais na transmissão de mensagens. Por meio desses recursos,

ele se faz entender pelo receptor, e mostra como é possível manter a interação entre os seres humanos para além somente das palavras.

Entende-se clown neste trabalho, em consonância com Fellini, em seu filme *Clowns* (1974, p.1-7), como sendo o lado irracional e rebelde do homem (irracional, infantil, instintivo).

Para a consecução dos objetivos, este trabalho divide-se em quatro capítulos. No primeiro, apresentamos a teoria da Comunicação, como ela acontece, quais são seus elementos essenciais e como surgiu. No segundo, falaremos sobre a origem do clown e do palhaço, tratando de suas características, tanto físicas quanto de personalidade, seus tipos e seu desenvolvimento. No terceiro, mostramos como as imagens do Clown e do Palhaço são abordadas na Publicidade. Para tanto, apresentamos peças nas quais aparecem figuras destes personagens indicando quais palhaços e clowns marcaram a história da TV e do cinema, o que comunicaram e quais estratégias que utilizaram para obter esta comunicação. Já no quarto capítulo, expomos entrevistas e depoimentos de pessoas que trabalham com clowns e palhaços, compartilhando experiências desenvolvidas no exercício ou proximidade desta arte.

## **Comunicação, especificidades e origem**

**CAPÍTULO I**

---

## 1. O que é comunicar

O conceito de comunicar é interdisciplinar, pois se relaciona com diversas áreas do conhecimento, desta forma, para cada linha de estudo define-se um conceito particular. Para Rafael Eugenio Hoyos Andrade em seu livro *Introdução à Teoria da Comunicação* (1985, p. 22), pode-se fazer várias distinções do conceito de comunicação, de acordo com diferentes enfoques:

Enfoque Sociológico: efeitos sociais da comunicação.

Enfoque Semiológico: centrado na utilização de sinais, símbolos, etc.

Enfoque Informacional: restrito à mera transmissão ou transporte.

Enfoque Psicológico: destaque das influências entre organismos.

Enfoque Etimológico: centram-se mais na descrição do processo comunicativo.

Enfoques Semiológicos – Sociais: estabelecem relações sociais a partir da utilização de indícios intencionalmente socializantes.

Diante das inúmeras definições encontradas para Comunicação, toma-se neste texto a de Carlo Majello, em seu livro *A arte de comunicar*, por ser completa e também por mais se adequar ao tema deste trabalho de pesquisa:

Comunicar quer dizer enviar, transmitir, notificar, fazer ver, fazer sentir, ilustrar, dar a conhecer, investir, contagiar, participar, unir, pôr em comum com os outros aquilo que é nosso.

Comunicar significa muitas coisas e pode não significar nada: tudo depende do sentido que queremos atribuir à palavra 'comunicação' e do modo como nos comportamos para atingirmos o objetivo. Para nossa comodidade diremos que 'comunicar' significa 'transmitir' e servir-nos-emos das palavras convencionais para descrever a transmissão de um comunicado (1963, p. 73).

As pessoas, ao se relacionarem, utilizam conscientemente uma pequena fração de seu potencial comunicativo. Abaixo deste nível de consciência, encontra-se uma outra parte da comunicação que é revelada de maneira inconsciente. Trata-se da "Comunicação não-verbal" que, mesmo não tendo sido tão explorada quanto à

“Comunicação verbal”, possui importância em um relacionamento interpessoal, pois pode revelar mais do que se espera. Nesta área, estão inclusos olhar, tato, postura, murmúrios, cores, sinais e uma quantidade gigantesca de formas sutis de que o ser humano utiliza para dar suporte a sua comunicação ou até mesmo que comunicam por si mesmos.

O ato de se comunicar é tão amplo e extenso que a simples maneira como se organizam as roupas no guarda-roupa pode comunicar algo para outra pessoa ou até mesmo para ela própria.

Durante uma conversa entre pessoas, há mais comunicação do que apenas nas palavras que são ditas, se levarmos em consideração a metacomunicação. Para esta, o lugar, o assunto, as roupas utilizadas pelos sujeitos, bem como o volume e o tom das vozes, os gestos, as expressões, o ritmo da conversa e os olhares, transmitem emoções, sentimentos, pensamentos, culturas, idéias, costumes etc.

É impossível não se comunicar, pois mesmo sem usar a fala, estamos a todo tempo nos comunicando por gestos, expressões e até mesmo pelo olhar. Um bom exemplo disto é visto no fato de existirem pouquíssimos bons jogadores de pôquer, pois é difícil encontrar alguém que seja capaz de “blefar” sem que seus olhos comuniquem que está blefando.

Assim, podemos dizer que é impossível não comunicar, pois até mesmo uma pessoa que se isole de todas e fique parada, sem se mover, sem falar, completamente estática, estará comunicando algo, no caso, o desejo de não se comunicar.

Comunicar gera mudanças de comportamento tanto no transmissor, quanto no receptor da mensagem, dessa forma, ao se comunicar estamos alterando algo ao nosso redor. Ser comunicador nos torna agente de mudanças, pode-se então dizer que todo ser humano é um modificador em potencial.

## 1.1 Como acontece a comunicação

Nas décadas de 1950 e 1960 existia uma grande preocupação com o conhecimento e com tudo que rodeava o homem, porém, apenas em 1970, finalmente, foi descoberto o “homem social” (BORDENAVE, 2006, p. 07).

É impossível dizer quando e como surgiu a comunicação humana, como o homem primitivo se comunicava e quais meios eram utilizados para isso, mas mesmo sem ter uma data ou forma inicial, pode-se descrever como a comunicação acontece nos dias atuais.

O objetivo de toda comunicação é transmitir uma mensagem e independentemente do meio utilizado são necessários elementos indispensáveis para que ela ocorra:



**Figura 1 – Esquema da comunicação** (In: <http://www.coladaweb.com/portugues/a-linguagem-e-os-processos-de-comunicacao>, 2013).

## 1.2 Elementos da comunicação

Segundo Vanoyeur (1991, p.15), a comunicação possui os seguintes elementos:

- a. Emissor ou destinador: sua função é revelada em seu próprio nome, assim, um indivíduo ou grupo é responsável por emitir a mensagem.
- b. Receptor ou destinatário: indivíduo, grupo, animal ou máquina que recebe a mensagem. Neste caso, a recepção não está ligada à compreensão da mensagem, para que se obtenha uma recepção concreta da mensagem é necessário observar se ela altera o comportamento do indivíduo.
- c. Mensagem: formada pelo conteúdo transmitido em cada informação e definido como o objeto da comunicação.
- d. Canal de Comunicação: caminho por onde as mensagens circularão, podendo ser por meios sonoros (voz, ondas sonoras, ouvido etc.) ou meios visuais (excitação luminosa, percepção da retina etc.).
- e. Código: conjunto de signos, bem como suas regras de combinação. O destinador seleciona os códigos conhecidos por ele e que farão parte da mensagem, porém a comunicação só acontece se ambos, emissor e receptor tiverem conhecimento dos signos utilizados na mensagem.
- f. Referente: elementos existentes em conjunto com a mensagem, como objetos reais, a situação e o próprio contexto. Existem dois tipos de referentes: o situacional, que utiliza elementos presentes no exato momento da transmissão da mensagem; e o textual, que faz menção a elementos que não estão presentes no cenário da transmissão da mensagem, o elemento é representado apenas pela citação.

### **1.3 Elementos da comunicação interpessoal**

Ao analisar a maneira como os seres humanos interagem durante uma comunicação interpessoal, é possível encontrar alguns elementos que podem ser divididos em quatro grupos:

1. Linguísticos (verbais, vocais): presentes na fala e nas demais formas de utilizar a voz, seja em uma conversa, uma palestra, uma aula etc.
2. Paralinguísticos (não-verbais): podem ser vocais ou não – vocais, englobando o tom da voz ou a postura utilizada pelos interlocutores.
3. Extralinguísticos (indéxicos): elementos como a roupa utilizada pelo interlocutor, que também serve para comunicar algo ao receptor, como no caso de um médico que utiliza um jaleco branco, ou um advogado, que usa terno e gravata, impondo respeito e confiança.
4. Cinésicos (não-verbais, não-vocais): gestos, ações e expressões. O movimento do corpo é utilizado para comunicar.

Sabe-se que, através da união de sons, gestos, objetos e ações (que são hoje nomeados como *signo*), a transmissão de informações é possível, pois o homem consegue relacionar estes signos com seus determinados significados. Conforme Juan E. D. Bordenave, signo é:

[...] qualquer coisa que faz referência a outra coisa ou idéia, e a significação, que consiste no uso social dos signos (2006, p. 24).

Como se pode notar, a significação das palavras dependem de um consenso social, de um contrato previamente estabelecido entre os usuários de uma língua.

## 1.4 Tipos de comunicação

Há vários tipos de comunicação, entre eles, o chamado Comunicação Unilateral, em que o emissor transmite sua mensagem e não recebe uma resposta direta, como no caso da televisão, rádio, cartaz, ou professor durante uma aula expositiva.

Um outro tipo de comunicação existente ocorre quando o emissor e o receptor alteram os papéis entre si, ou seja, ambos transmitem e recebem uma mensagem. Neste caso, chamamos de “Comunicação Bilateral”.

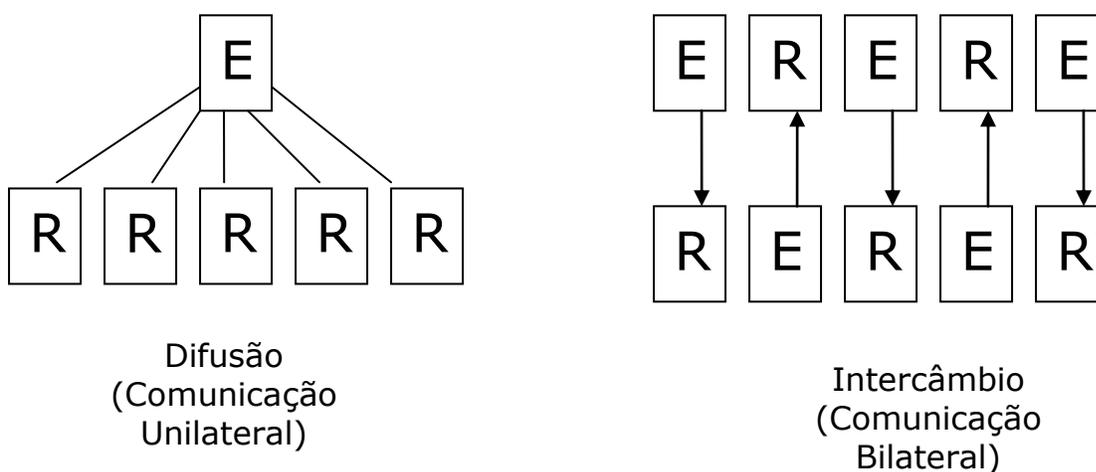


Figura 2 – Tipos de comunicação (apud Vanoye, 1991, p.20)

## 1.5 O ruído e a redundância na comunicação

O termo ruído refere-se a tudo que interfere na transmissão ou recepção da mensagem, podendo ocorrer em qualquer meio de comunicação, pois não se limita apenas a uma perturbação de ordem sonora, mas abrange também deficiências ou empecilhos gerais durante a comunicação, como por exemplo, uma mancha em uma folha de papel, volume muito baixo de voz, erros na escrita ou até falta de compreensão do receptor em relação à mensagem.

Diante deste problema encontrado durante a comunicação, utiliza-se a redundância, um mecanismo paliativo que reforça a mensagem para se obter uma boa transmissão e recepção dela. Diz-se necessário utilizar 50% de redundância em uma mensagem para compensar as perdas de informação causadas pelos ruídos.

Francis Vanoye (1991, p.21) aponta as formas de redundância como sendo:

- sintáticas (“nós chegamos”: redundância da marca de pessoa);
- gestuais (é redundante unir gesto à palavra);
- tonais (uma entonação característica acompanhando uma frase exagerada, como “ele esta morto de fome!” é redundante).

Como se podem notar, os ruídos não se referem somente a problemas sonoros, ou seja, a obstáculos auditivos, mas também a dificuldades produzidas na comunicação, por meio de erros gramaticais, gestuais e até mesmo de entonação. Por conta desses ruídos existentes na comunicação, faz-se necessário o uso da redundância, para reforçar a mensagem que está sendo transmitida, possibilitando que o receptor compreenda uma quantidade maior da mensagem.

## **1.6 Comunicação Oral**

### **1.6.1 Tipos de comunicação oral**

- Situação de intercâmbio: a conversa acontece com a presença real do emissor e do receptor, onde os papéis se invertem durante o diálogo.
- Situação de não-intercâmbio: o receptor não tem a possibilidade imediata de responder e assumir o papel de emissor, independente de estar próximo ou não. Ela pode ser unicamente oral, onde a mensagem é transmitida apenas pela voz do interlocutor, ou pode ser mista, unindo o visual e o oral.

### **1.6.2 Elementos que impedem a comunicação oral**

- Limites fisiológicos a serem ultrapassados pelo emissor
- O não reconhecimento de um código, tornando a mensagem não identificável, por possuir códigos que não sejam comuns tanto para o emissor quanto para o receptor.
- Ausência de contato psicológico de ambos, o emissor não adapta seu comportamento as condições particulares de comunicação e assim o receptor se distrai, perdendo a atenção.

## 2 Linguagem e comunicação

Quando o homem passou a viver em sociedade, a língua obteve um papel importante, pois permitia a comunicação entre os seres da comunidade. O momento revolucionário da língua acontece no século XX, mais especificamente, em 1916, através de Ferdinand de Saussure, que iniciou a chamada Linguística Moderna, lançando um livro chamado *Cours de linguistique générale*, que foi escrito não por ele, mas sim, por seus alunos, Charles Bally e Albert Sechehaye, que, no período de 1891 a 1913, assistiram às suas aulas na universidade de Genebra (CORTINA; MARCHEZAN, 2011, p. 18-19).

### 2.1 Níveis de linguagem

A forma com que a pessoa se comporta é moldada de acordo com as influências recebidas e a maneira como ela foi condicionada, criando assim sua personalidade e definindo como será seu comportamento em um ato comunicacional. Os fatores que influenciam um indivíduo são: Biofísicos e Psicológicos; Ambientais; Sociais; Educacionais e Culturais. Para que haja comunicação, é necessário que exista um código em comum entre emissor e receptor, porém mesmo se tratando de uma mesma língua, é possível perceber variações entre ela, que ocorrem por motivos linguísticos, climáticos, ambientais, sociais, culturais. Com isso, chega-se à constatação de que existem níveis de linguagem que, por sua vez, afetam a pronúncia, a sintaxe, e o vocabulário.

Francis Vanoye (1991, p.31) expõe em seu livro um quadro que representa os níveis de linguagem e suas composições:

	<b>Língua falada</b>	<b>Língua escrita</b>
<b>Linguagem oratória</b>	Discursos, sermões	Linguagem literária, cartas e documentos oficiais.
<b>Linguagem cuidada</b>	Cursos, comunicações orais	
<b>Linguagem comum</b>	Conversa�o, rádio, televisão	Comunica�es escritas comuns
<b>Linguagem familiar</b>	Conversa�o informal, não "elaborada"	Linguagem descuidada, incorreta, linguagem literária que procura imitar a língua falada.

**Figura 3 – Níveis de linguagem e suas composi es** (Vanoye, 1991)

O indivíduo utiliza um determinado nível de linguagem, de acordo com o contexto e o meio que está inserido, adequando-se a cada situa o. Mesmo diante das varia es anteriormente apresentadas, sabe-se que a no o de níveis não é muito precisa, visto que existem diversos níveis que são avaliados, conforme diferentes critérios determinados pela região, profissão, ciência, técnicas, idade.

Neste texto, entende-se linguagem como sendo um sistema de signos socializado. A língua, por sua vez,   a parte social da linguagem, que impõe regras, a parte normativa. Já a linguagem é o conjunto da língua mais a fala, engloba o individual e o coletivo. A linguagem é um fen meno geral que possui em si linhas isoladas como a língua, que é estudada pela linguística, ainda que não exista uma língua universal, os estudos se voltam para características comuns como estrutura o f nica, economia da língua etc.

A fala é a parte individual da linguagem, o sujeito utilizando o sistema de linguística. (VANOYE, 1991)

## **2.2 Signo, significado e significante**

Diante de um código apresentado, o signo constitui a menor unidade dotada dentro dele. A parte material e perceptível que representa este signo é chamada de *significante*. Já o lado não perceptível do signo, aquela parte que é formada pelos conceitos do indivíduo, é denominado significado. Diante do objeto real ao qual se remete o signo numa instância de enunciação, nos deparamos com o *referente* (CORTINA; MARCHEZAN, 2011, p. 21 - 23).

O signo é convencional e arbitrário, pois não há relação entre a representação gráfica e o objeto designado. Em alguns casos, o signo é motivado (onomatopéias, por exemplo, que “imitam” o som de algo). O elemento ideológico que une o significante, o significado e o referente, é conhecido como *significação* (CORTINA; MARCHEZAN, 2011, p. 21 - 23).

Dentro dos conceitos de Saussure, fica definido *significado* como sendo o “conceito” e *significante* como “imagem acústica”, dentro desta definição, outra de suas contribuições para os estudos da linguagem consistia em definir signo como a união de significado e significante, sendo assim, o signo une o conceito à imagem acústica (CORTINA; MARCHEZAN, 2011, p. 21 - 23).

Antes de Saussure, os estudos diziam que os signos eram motivados pelo seu significado e significante, ou seja, o grupo sonoro da palavra estava relacionado ao que ela representava. Saussure, por sua vez, contradiz esses estudos quando afirma que uma das características do signo é ser arbitrário e imotivado. Para se comprovar isto, pode-se fazer uma comparação entre línguas diferentes, em que palavras que representam a mesma coisa possuem estruturas escritas e sonoras totalmente

diferentes. Até mesmo quando analisamos as onomatopéias encontramos essas diferenças, como no caso do som reproduzido pelo cachorro, que em português é AUAU; mas em espanhol GUAU GUAU; em francês, OUA OUA; em alemão, WAU WAU; e em inglês ,WOLF WOLF (CORTINA; MARCHEZAN, 2011, p. 21 - 23).

Outra característica apresentada por Saussure, em seu estudo da linguagem, é o caráter linear do significante, ou seja, o significante possui uma extensão no tempo, por ser de natureza auditiva, não existindo a possibilidade de se pronunciar duas palavras ao mesmo tempo, visto que as palavras são ditas uma seguida da outra. Essa noção de linearidade nos auxilia na compreensão dos conceitos de sílaba e de distribuição. De acordo com Arnaldo Cortina e Renata Coelho Marchezan esse conceito, descrito por Saussure, pode ser entendido assim:

[...] uma sílaba e seu acento não constituem um acúmulo de elementos significativos diferentes; correspondem a apenas um ato de fonação em que não há dualidade interna alguma, apenas em relação às outras sílabas que estão próximas. Com relação à noção de distribuição, o lingüista afirma que esta é uma decorrência da linearidade sintagmática do significante. (2011, p.23)

### **2.3 Código e linguagem**

Toda mensagem possui um grupo de regras que possibilitam sua construção e compreensão, este grupo é chamado de código, constituído, portanto, como um sistema de signos. Código nos remete a convenção social. Dentro deste sistema, existe uma variação de códigos, como por exemplo: código morse, código marítimo, código rodoviário, a linguagem etc. Dentre todos os códigos, a linguagem verbal é a única que se apresenta como flexível, pois pode falar de seus próprios signos ou de outros e até fazer jogos entre eles e entre suas significações.

### **2.4 Denotação e conotação**

Denotação consiste na representação real do objeto ao qual se remete o significante, ou seja, seu sentido é exatamente aquele descrito pelo dicionário.

Conotação é o sentido particular e pessoal que o indivíduo impõe sobre determinado termo, ou seja, o sentido figurado da palavra.

### **2.5 Sincronia e Diacronia**

Para Saussure, ao se estudar a língua, não basta apenas perceber sua evolução no tempo, mas é necessário entender a relação interna que ela estabelece em momentos determinados. Arnaldo Cortina e Renata Coelho Marchezan, de acordo com essas concepções de Saussure, descrevem que:

A diacronia está situada no eixo da sucessividade, uma vez que corresponde, segundo ele, ao método de investigação de um fenômeno lingüístico que, localizado em uma determinada linha evolutiva no tempo, mantém relação com os fenômenos que o precedem ou seguem. A sincronia, por sua vez, está situada no eixo da simultaneidade, pois compreenderia a observação dos fatos

lingüísticos coexistentes num mesmo sistema, tal como eles se apresentam num dado momento, sem levar em consideração sua evolução no tempo (2011, p. 18-19).

Saussure afirma que o tempo faz com que fatores externos assumam influência na língua, podendo causar transformação nesta e em seu sentido. Esse princípio é notado através da perspectiva diacrônica, já na perspectiva sincrônica, para estudar a língua, analisa-se o fenômeno da concordância nominal, ignorando as modificações sofridas constantemente e enfatizando o estado que a língua se encontra em dado momento (apud Cortina; Marchezan, 2011, p. 19).

### 3 Tipos de mensagem

Segundo Francis Vanoye (1991, p.16), as mensagens são classificadas de acordo com o canal de comunicação utilizado, sendo elas:

- Mensagens visuais, que recorrem à imagem (mensagens “icônicas”: desenhos, fotografias) ou aos símbolos (mensagens simbólicas: a escrita ortográfica);
  - Mensagens sonoras: palavras, músicas, sons diversos;
  - Mensagens tácteis: pressões, choques, trepidações, etc.;
  - Mensagens olfativas: perfumes, por exemplo;
  - Mensagens gustativas: tempero “quente” (apimentado) ou não...
- Choque, aperto de mão, perfume só são classificados como mensagem se o destinador intencionalmente transmitir através destes meios, informações ao destinatário.

### 4 A língua, a fala e a palavra

A língua (coletiva) e a fala (individual) são responsáveis para que o homem se comunique, por essa razão a linguagem compreende fatores físicos, fisiológicos e

psíquicos. A língua é um conceito social, pois é criada pela comunidade e não por um único indivíduo. Saussure define língua como sendo um sistema de regras (fonológicas, morfológicas, sintáticas e semânticas) responsável por determinar o emprego dos sons, formas e relações sintáticas necessárias para a produção dos significados. A fala é considerada a atualização da língua, e todos possuímos, em constante exposição, modos de falar próprios do grupo social a que pertencemos.

A teoria de Saussure apresenta a distinção entre esses dois aspectos da linguagem humana como sendo:

a língua, enquanto sistema de regras; a fala enquanto forma de realização da língua, enquanto uso (apud Cortina; Marchezan, 2011, p. 20).

#### **4.1 O léxico**

O conjunto de palavras de uma língua é denominado léxico, seja ela uma língua geral ou particular (Vanoye, 1991, p.33). Dentro da língua, o léxico é teoricamente ilimitado, mas o indivíduo adquire as palavras que farão parte do seu vocabulário. Mesmo diante de um vasto grupo de palavras, torna-se necessário que cada uma das palavras possua seu sentido. A ciência que estuda o sentido das palavras é a semântica, dentro deste estudo encontram-se aspectos que diferenciam o sentido das palavras, sendo eles o aspecto *cognitivo* (baseado no conhecimento objetivo), o aspecto *afetivo* (baseado na experiência e nos sentimentos pessoais), a *denotação* e a *conotação* (Vanoye, 1991, p.30-33).

Com tantos fatores que influenciam no sentido de uma palavra, é possível dizer que, inúmeras vezes, o sentido se diferencia de pessoa para pessoa. Até mesmo o comportamento não-verbal do indivíduo pode alterar o sentido do que está sendo falado, como por exemplo, a fisionomia, gestos, tom de voz etc.

## **4.2 Campos semânticos e campos lexicais**

O campo semântico envolve o estudo da palavra dentro do seu contexto, do seu tempo histórico e durante toda sua evolução. A palavra em foco é vista como parte de um todo, assim ela é analisada em conjunto com o enunciado onde está inserida e também é analisado o emprego desta palavra desde a sua origem até a atualidade, para assim alcançar seu real sentido.

O campo lexical é composto por um grupo de palavras utilizadas para descrever e dar significado a algo. Essas palavras são reagrupadas dentro do contexto e podem ser utilizadas para trazer sentido à palavra em um enunciado específico (Vanoye, 1991, p.34).

## **4.3 Vocabulário e sua utilização**

A situação em que são utilizadas as línguas escrita e falada pode alterar a frequência de empregos de certas palavras. No caso da comunicação oral, elementos como identidade dos personagens, lugar, data, assunto, podem influenciar ou alterar o vocabulário e o conteúdo da mensagem utilizada pelos interlocutores que fazem parte da situação no ato da comunicação.

A comunicação escrita necessita de maior esforço em relação às referências de elementos como lugar, descrição dos personagens, datas etc., visto que o leitor está vendo a situação descrita de forma externa, fazendo com que a língua escrita seja mais precisa e objetiva.

## 4.4 Expressividade

A acentuação, entonação, pausas, fluências, entre outros, são recursos expressivos presentes na língua falada. Para Vanoye, elas se definem como:

*Acentuação*: recurso que põe em relevo uma sílaba ou um grupo de sílabas.

*Pausas*: intervalos que recortam a fluidez do discurso.

*Entonação*: melodia da frase impõe sentidos especiais à mensagem através de curvas ascendentes ou descendentes (VANOYE, 1991, p.41).

## 5 Teoria da informação e cálculo

O sentido comum do termo *informação* denomina como um conjunto de indicações relativas a fatos, pessoas, entre outros, porém quando se refere à teoria da informação, o sentido do termo se torna mais restrito e rigoroso.

Shannon descobriu matematicamente ser possível medir a quantidade de informação transmitida em uma mensagem, independente do sentido que ela possua, com isso, percebeu-se que quanto mais inesperada a mensagem, maior o número de informações contidas nela, ou seja, “[...] a quantidade da informação é função de sua probabilidade” (apud VANOYE, 1991, p.24).

Ao receber uma mensagem, o receptor irá identificar os signos de seu código, encontrar os signos já conhecidos por ele, assim, quando a informação contida na mensagem for óbvia demais, ele fará esta relação entre código recebido e o código existente em seu “banco de dados”, com muita rapidez e facilidade, o que tornará a mensagem pobre de informações, porém se a mensagem contiver informações inesperadas, maior será a dificuldade de identificação dos signos, assim a quantidade de informação será maior.

## **5.1 Aplicações**

A teoria da informação aplica-se aos domínios das telecomunicações; da informática; da linguística. Diante da linha de estudos deste trabalho de pesquisa, podemos ver a aplicação da teoria da informação na performance do clown ou palhaço, quando utilizando a liberdade que possuem para se expressar, transmitem mensagens inesperadas, ou que fogem do padrão utilizado pela sociedade, conseguindo dessa forma transmitir o maior número de informações possíveis em suas mensagens.

## **6 Comunicação teatral**

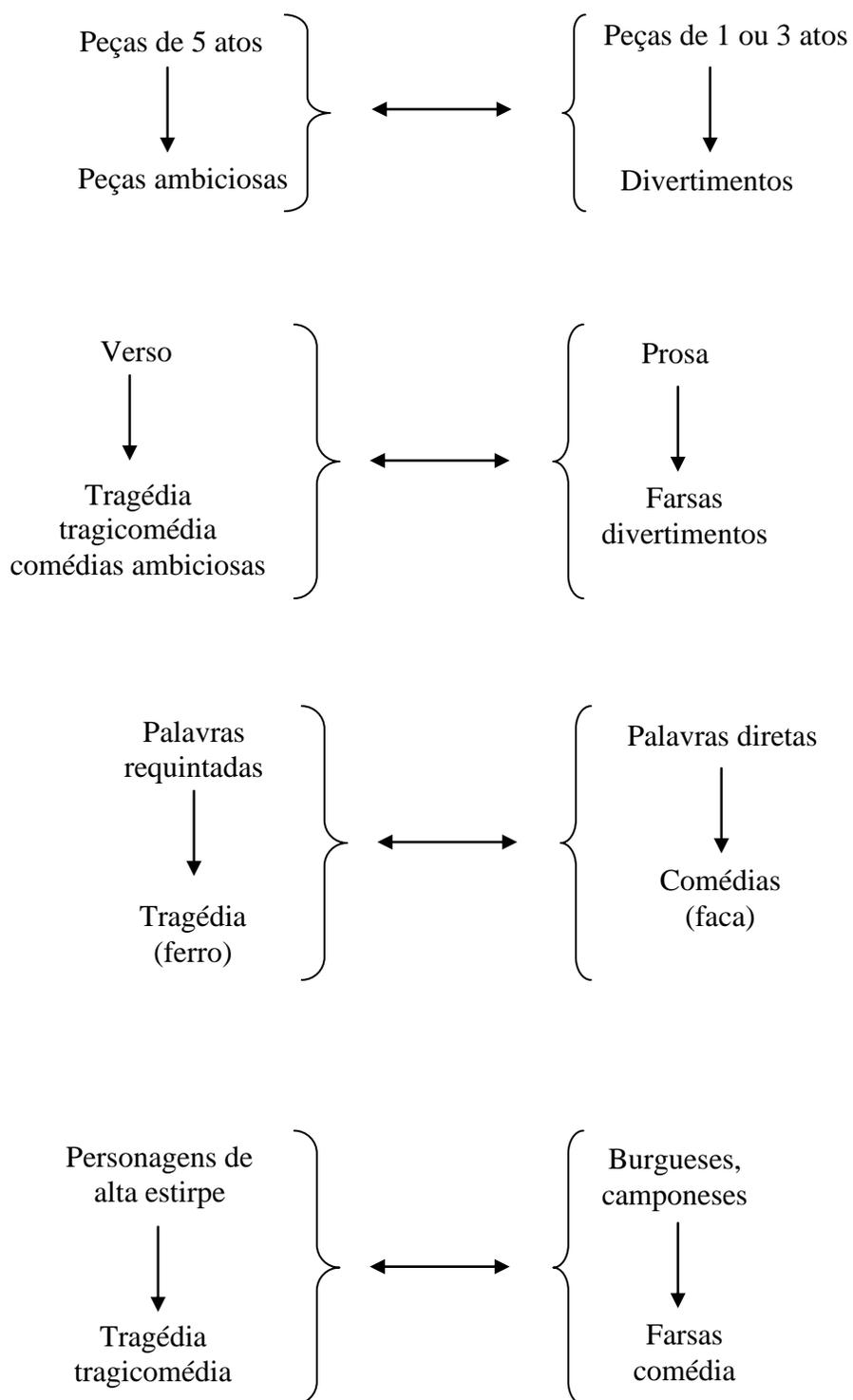
O teatro utiliza uma comunicação complexa, pois além das falas, também possui como forma de comunicação o figurino, o cenário, as luzes, os efeitos sonoros, entre outros. Em uma peça teatral a comunicação ocorre entre:

- As personagens da peça no nível da intriga, na cena.
- Os atores e o público, do palco a platéia.

Em formatos teatrais mais tradicionais, os atores ignoram o público, construindo um muro virtual entre eles, enquanto a platéia, no momento em que a peça se inicia, ignora a situação fora da cena e também os acontecimentos que antecedem ou procedem aos acontecimentos apresentados no palco.

Dentro de uma peça teatral, pode-se notar que sua comunicação é em grande parte visual, pois conta com elementos como a mímica dos atores, o cenário, e muitas outras coisas que transmitem ao espectador informações importantes, além de utilizar o

diálogo para preparar a intriga. Francis Vanoye (1991, p.149) descreve os elementos esquemáticos que foram estabelecidos no teatro Francês no século XXVII:



**Figura 4 – Teatro francês – esquema** (apud Vanoye, 1991, p. 149).

## **Contexto histórico e definições do cômico e seus personagens**

# 1 A origem do humor

Antes do século XVIII, a palavra latina *humor*, *humoris*, correspondia à definição de líquido, fluído, *humoris* do corpo humano, possuindo uma origem médica. O humor era dividido em quatro elementos: sangue, fleuma, bílis amarela e bílis negra, conforme também estabelecido por Hipócrates. O predomínio de um desses elementos gerava o temperamento do indivíduo, por esse motivo, a palavra *humor* pôde ser associada às funções orgânicas e ao estado de espírito. Após o século XVIII, a palavra *humor* assume o significado atual, diretamente relacionado ao cômico, ao riso, a comédia. (SLAVUTZKY. In: <http://www.oocities.org/hotsprings/villa/3170/Slavutzky.htm>, 2013).

De acordo com o *Dicionário Aurélio*:

HUMOR: [Do latim humore, “líquido”]  
 1 – Fisiol.: Substância orgânica líquida ou semilíquida  
 2 – Anat.: Designação comum a certas meterias líquidas existentes no organismo  
 3 – Umidade  
 4 – Disposição de espírito  
 5 – Veia cômica; graça, espírito  
 6 – Capacidade de perceber, apreciar ou expressar o que é cômico ou divertido. (1986, p. 909)

Segundo Machline: “A partir do início do século XVIII surge pela primeira vez a ideia de “humor” como conhecemos hoje em dia, ou seja, uma certa ‘disposição alegre e amigável” (1996 apud JUNIOR LEITE, 2006, p.40).

Esse novo sentido adquirido pela palavra humor foi registrado pela primeira vez na Inglaterra em 1682 (BREMNER; ROODENBURG, 2000, p.13). O autor inglês Bem Johnson utiliza o termo “humor”, assumindo o significado de: “[...] comportamento extravagante que seria motivo de rir”, em duas de suas peças: *Every Man in his Humor* (1598) e *Every Man out his Humor* (1599) (ALBERT, 1999, p.155). Já o estudioso Macedo afirma, em *Riso, cultura e sociedade na Idade Média* (2000, p.25), que humor

só passou a ter o sentido de cômico a partir do século XIV (apud JUNIOR LEITE, 2006, p.40-41).

O escritor Abrão Slavutzky cita em seu texto uma definição dada pelo escritor Luigi Pirandello:

[...] o humorismo consiste no sentimento do contrário, provocado pela especial atividade de reflexão que não se esconde, como geralmente na arte, uma forma de sentimento, mas o seu contrario, mesmo seguido passo a passo o sentimento como a sombra segue o corpo.” (PIRANDELLO, 1996 Apud SLAVUTZKY. In: <http://www.oocities.org/hotsprings/villa/3170/Slavutzky.htm>, 2013).

Não se sabe o momento exato em que se pôde analisar as concepções de humor de um povo a partir da sua literatura, visto que esta arte, bem como o teatro representaram o espaço em que ele se desenvolveu.

O humor para Jankélévitch: “[...] caminha sem alvo sobre a terra, não tem tese, não advoga, vai sempre mais além, está sempre a caminho; mesmo no fundo da infelicidade extrema e da vergonha, o gracioso arabesco, o bizarro, faz emergir o sorriso do deslumbramento”. (apud SLAVUTZKY. In: <http://www.oocities.org/hotsprings/villa/3170/Slavutzky.htm>, 2013).

Apropriando-se do humor como uma capacidade de perceber, apreciar ou expressar o que é cômico ou divertido, pode-se afirmar que o palhaço é o ser que possui essa disposição de espírito (humor) de forma mais evidente e desenvolvida.

## 2 Origem do palhaço/clown

Existem diversas teorias que objetivam esclarecer de onde vieram os personagens cômicos que hoje conhecemos como palhaços e clowns. Contudo, esses personagens existem desde que o homem se reconhece como sujeito social, visto que

palhaço e clown nada mais são do que aquela pessoa no grupo que conta uma história e traz o riso.

## **2.1 *Diabos Medievais***

Um dos fundamentos que nos leva ao nascimento dos personagens burlescos ocorre com o surgimento da religião Cristã. Na busca por catequizar a cultura popular dentro dos mistérios da fé cristã, a Igreja passa a dramatizar passagens e trechos da bíblia. No final do século XIV, essas encenações são levadas às ruas, junto de festas populares, onde estavam os saltimbancos, malabaristas, magos e outras pessoas que possuíam determinadas façanhas (JUNIOR LEITE, 2006, p.37).

Na tentativa de alcançar controle sobre a população, era apresentado o ideal de espiritualidade e seriedade a serem alcançados, mostrando os heróis da bíblia sempre sérios e concentrados, não podendo ser de forma alguma motivos de riso ou fanfarras. Já o diabo era o personagem que falava errado, ridículo, que provocava gargalhada, falava alto, tinha movimentos exagerados e exaltava o corpo.

Geralmente, os atores que representavam o diabo utilizavam máscaras para passarem a ideia de que possuíam os rostos deformados, deixando mais forte a ligação entre a deformidade, o ridículo e o maligno.

Nos cenários que iam do céu ao inferno, o céu era sempre mostrado de forma tranquila e pacífica, em contrapartida, o inferno tinha música alta, barulho, risadas, fogo, tombos, gestos largos, acrobacias, pantomimas, fumaça, odores, bagunça e diversão. O inferno era apresentado assim na tentativa de reprimir a população e mostrar que a diversão e os “prazeres da carne” estavam diretamente relacionados ao diabo e à dor.

Segundo Jorge Leite Jr., o personagem do diabo nas representações cristãs do século XIV são a base para o surgimento dos clowns, bufões, arlequins, palhaços de circo e personagens cômicos da cultura ocidental (2006, p.37-39).

## **2.2 Bobos da Corte e Bufões**

Outro fundamento relacionado ao surgimento do palhaço e do clown se dá na realidade palaciana do século XIV, onde as pessoas mais fisicamente estranhas da região, contendo deformações, deficiência, sendo corcunda, anão ou possuindo o simples título de “pessoa feia”, eram convocadas a servir ao rei como “Bobo da corte ou Bufão”. Por conta de sua aparência, sofria zombarias constantes, sendo considerada a encarnação de tudo que há de humanamente ridículo e por isso eram obrigadas a suportar todo tipo de desprezo e ofensa (JUNIOR LEITE, 2006, p.48).

Esses homens geralmente, reuniam várias habilidades, sabiam: música, malabares, charadas, truques verbais com versos e rimas, entre outros, devendo, então, se apresentar ao Rei com a função de diverti-lo. O bobo da corte tinha acesso direto ao Rei, e com isso podia interceder por pessoas ou causas. Esse cômico, geralmente, tinha origem humilde e não constituía ameaça ao reino, mas sim buscava trabalhar para tornar a estrutura monárquica mais humana.

Por causa de sua aparência grotesca, o bobo não era levado a sério, seu jeito atrapalhado e sua deformidade causavam o riso nos homens que a ele assistiam, por ser considerado um desajuizado, possuía a liberdade de falar o que quisesse, sem sofrer tipo algum de punição. O bobo está fora da disciplinarização, pois seu caráter não expressa o homem civilizado. Qualquer outro que dissesse o que ele dizia, seria chicoteado (ALVES, 2006, p.32-33)

Os bobos da corte eram, na verdade, grandes sábios, pois, em meio as suas brincadeiras, frequentemente, pronunciavam alguma verdade importante, tornando-se bem-vindos em meio a homens de poder. Talvez, por ser mais fácil para esses homens ouvir e aceitar conselhos quando envolvidos em humor ou pelo fato de o bobo utilizar interessantes métodos para abrir os olhos de seus patrões, criando situações, em que o próprio Rei conseguia enxergar os erros que cometera. Como diz Gil Vicente: “Ridendo castigat mores”, “é rindo que se dizem as verdades” (Auto da barca do

inferno. In: <http://pre-vestibular.arteblog.com.br/36497/APONTAMENTOS-a-respeito-de-Gil-Vicente-e-o-Auto-da-Barca-do-Inferno/>)

Segundo Beatrice K. Otto, a tendência dos bobos da corte era dismantelar camadas de mentiras, engodos, hipocrisias, corrupções e outros elementos indesejáveis para o bem da verdade. A autora cita um comentário do escritor romano Quintiliano (35-100):

Embora o riso possa ser visto como um assunto trivial e uma emoção freqüentemente despertada por palhaços, atores ou bobos, possui uma certa forma imperiosa própria que é muito difícil de resistir... frequentemente muda o rumo das coisas em assuntos de grande importância." (QUINTILIANO apud OTTO, 2006, p.13-24)

O bobo da Corte era a maior ferramenta que o povo tinha para se comunicar com o Rei e com os seus senhores. Levando em consideração que, naquela época, os homens tinham (por imposição ou medo) que se submeter às autoridades, pois do contrário seriam chicoteados, presos ou até mortos, o único que se mantinha fora desta condição era o bobo. Assim, ele se tornava a voz do povo dentro do palácio, buscando abrir os olhos do Rei, comunicando-se com os homens de poder, utilizando sua aparência bizarra, seu talento com as artes e sua personalidade cômica, para isto (ALVES, 2006, p.28-33).

O bobo não tentava ser engraçado, mas seu jeito desastrado, causado pela sua deficiência, sua fala atrapalhada e sua aparência incomum, faziam dele um ser causador de riso. Apropriando-se disso, o bobo ria de seus próprios defeitos, falando a verdade ao rei mesmo que sendo agressiva e era perdoado, pois seu discurso era pronunciado por um louco.

A partir do século XVII, o governo busca lidar com as vontades e os desejos distintos do povo. Para tanto, criam-se movimentos militares que procuram padronizar todos como se fosse um só corpo. Assim, o bufão e o bobo da corte, como não se enquadraram neste modelo social, passam a provocar repulsa com suas ações e brincadeiras, fazendo com que percam seu sentido e função social.

## 2.3 *Comédia Dell'Arte*

Parte da essência do clown se originou também na *commédia dell'arte*, comédia do improviso, que teve início na Itália do século XVI e se desenvolveu na França. Este gênero de interpretação teatral se destina ao riso de rua e tem sido um dos grandes elementos influenciadores do teatro cômico e das comédias românticas dos séculos XIX e XX até os dias atuais ((JUNIOR LEITE, 2006, p.40).). Seus atores foram os primeiros “profissionais” do teatro moderno, pois dramatizavam única e exclusivamente o mesmo personagem durante toda vida, proporcionando ao ator um maior desenvolvimento de sua qualidade técnica e criativa.

Esse segmento cômico/teatral foi o primeiro a utilizar mulheres nos papéis femininos, que até então eram interpretados por homens.

A *commédia dell'arte* é um teatro de rua de caráter popular burlesco. Suas maiores características são: o alto grau de improvisação, a grande importância do gestual e da máscara, e a criação de personagens que, antes de tudo, representavam grupos sociais.

Conforme Jorge Leite Jr, esses personagens eram:

Os servos preguiçosos, atrapalhados e voltados essencialmente para os prazeres do mundo concreto (Arlequinho, Franchesquina) ou ambiciosos (Briguella); os recentes burgueses avaros (Pantalone ou Pantaleão); os nobres arrogantes e covardes (Capitão); os intelectuais preguiçosos e glutões (Doutor); os sinistros médicos e cirurgiões (Boticário) e os amantes sempre em conflito, são, entre outros, personagens que até hoje influenciam tanto o humor popular quanto erudito. (2006, p.39-40)



**Figura 5: Personagens tradicionais do teatro popular "Commedia dell'arte" -**  
**1. Arlequin, 1671; 2. Brighella, 1570; 3. Colombina, 1683; 4. Dottore, 1653;**  
**5. Pagliaccio, 1600; 6. Pantalone, 1550; 7. Capitano; 8. Arlequina** (In: <http://cocada-preta.blogspot.com.br/>)

### 3 Origem do Circo

No século XVIII, com a revolução Industrial, houve grandes transformações nas práticas populares, com isso, as feiras onde se apresentavam os artistas de rua foram perdendo importância, fazendo com que artistas ambulantes, saltimbancos, saltadores, acrobatas (podendo incluir também os bobos da corte e atores da commédia del'arte) ficassem desempregados.

Paralelo a isto, nasce também o circo de lona, conforme Maria Celeste Mira:

[...] .em 1770 o militar inglês Philip Astley inicia um espetáculo eqüestre em uma pequena área circular por ele cercada. Entre os números com cavalos, resolve inserir saltimbancos e artistas da praça para incrementar seu show. A formula dá certo e passa a ser imitada em vários países. Mágicos, malabaristas, músicos, amestradores de animais exóticos e toda a sorte de artistas ate então espalhados em mercados e feiras unem-se gradualmente a este fenômeno que, em 1860, ao ganhar a cobertura de lona, se tornará o circo moderno (1995 apud JUNIOR LEITE, Jorge, 2006, p.37-52)

Nesse universo empresarial, Philip Astley estendeu suas atividades a Paris e lá conheceu Antonio Franconi (1737–1836) que, por seu convívio com o ambiente dos espetáculos populares, veio a ser o primeiro grande empresário e diretor de circo. Em meados de 1802, Franconi instalou-se na Casa dos Capuchinos e em seu terreno montou seu picadeiro e acrescentou um palco para a apresentação de pantomimas. Após a introdução de diversos números trazidos por oriundos das feiras ambulantes (inclusive o Clown), Franconi acrescentou também em seu espetáculo cavalos com habilidades atlético-acrobáticas, adestramento de pássaros e pombos, equilíbrio sobre cordas.

Em 1807, ele sugeriu a utilização do termo “circo” para nomear esse novo tipo de espetáculo, então, neste mesmo ano, ele e seus filhos criaram o *Circo Olímpio*, utilizando oficialmente o termo “circo”, pela primeira vez, em território Francês. Antes deste termo, este tipo de espetáculo era chamado de “espetáculo de curiosidades”, “*pièces muettes*”, “*écriteaux*” etc. (BOLOGNESI, 2003, p. 32-37).

Segundo Jorge Leite Jr., na formação do circo:

Uma das figuras primeiro contratadas foi a do bufão, junto a outros cômicos de feiras. Dos deformados físicos que ganhavam a vida ridicularizando a própria deficiência aos atores herdeiros da *Commedia Dell'Arte* e dos diabos cômicos medievais, surge então a figura do palhaço. Seu nome provavelmente vem de palha, indicando a origem pobre de suas vestimentas. (DANTAS, 1980). Entidade genérica, que une da monstruosidade dos bufões (com sapatos gigantes, indica pés enormes e desproporcionais) à sensibilidade dos pierrôs (estes próprios, já um aburguesamento do devasso arlequim), o palhaço de circo manterá o grotesco como uma de suas características principais, mas diminuindo a face assustadora e reforçando a cômica (2006, p.48)

#### **4 Definições e características do palhaço/clown**

Dos deformados físicos, que ganhavam a vida ridicularizando a sua própria deficiência (bufões e bobos da corte), dos diabos medievais, aos atores herdeiros da *Commedia Dell'Arte*, surge a figura do palhaço. A arte clownesca se expandiu através das iniciativas britânicas e francesas dos séculos XVII e XIX, assim como o próprio circo. O ponto que levou o clown a ser o profissional moderno e circense que conhecemos foi a fusão entre características externas (como maquiagem, figurino, cenários) e o estilo de interpretação da *Commedia Dell'Arte*, com seus bufões e sua pantomima. Essa fusão aconteceu no final do século XVIII e se consolidou no século XIX, principalmente, graças à criatividade de um ator inglês do teatro de variedades (nome usado para denominar o circo naquela época), Joseph Grimaldi (1778-1837).



**Figura 6 : Joseph Grimaldi** (In: [http://it.wikipedia.org/wiki/Joseph\\_Grimaldi](http://it.wikipedia.org/wiki/Joseph_Grimaldi))



**Figura 7: Joseph Grimald** (In: [http://en.wikipedia.org/wiki/Joseph\\_Grimaldi](http://en.wikipedia.org/wiki/Joseph_Grimaldi))



**Figura 8: Pierrô.** (In: <http://semioticas1.blogspot.com.br/2013/02/nadar-com-o-pierro.html>)

Grimaldi era de uma família de artistas. Ele é considerado o criador do clown circense. Na Inglaterra, seu nome “Joe” ou “Joey” é sinônimo de palhaço. Ele foi responsável pela união da máscara branca e plácida do Pierrô e da agressividade avermelhada e pontiaguda de Arlequim. Ele utilizava em sua atuação muita expressão e gestos, sua personagem era antipática, cruel desumana, sem coração e incapaz de dizer a verdade (BOLOGNESI, 2003, p.63-64)

Ainda que Joseph Grimaldi seja considerado o criador do clown, encontramos suas primeiras aparições muito antes de Grimaldi, na segunda metade do século XVI, no teatro de moralidades inglês. Trata-se de um personagem secundário que, aos poucos, foi assumindo seu espaço até se tornar “obrigatório” em todas as peças

inglesas. Suas principais características eram: a “[...] gratuidade de suas intervenções e a liberdade de improvisação” (BOLOGNESI, 2003, p.62-63).

O palhaço/clown, em sua essência, possui uma transparência e uma liberdade que nenhum ser humano comum possui. O clown não se molda de acordo com os padrões impostos a ele, antes age espontaneamente, sem preocupação se vão olhá-lo e considerá-lo um bobo, pois todo indivíduo que age fora do padrão considerado aceitável pela sociedade é considerado um louco.

O clown vai muito além de ser um personagem representado por um ator, ele é o lado irracional, infantil, instintivo e rebelde do homem. Um homem não pode ser sincero sempre, o palhaço pode, ele é transparente (Magalhães. In: Apostila Palhaço: profissão de risco [s/a]).

O clown está no interior de cada um, ele possui uma “lógica própria”, então quando o ator está em forma de clown, diz-se que ele tem uma “relação real”. O que ele vive é verdadeiro dentro da perspectiva do seu clown (FERRACINI, 2003 apud GOMES, 2011, p.28).

Essa busca de seu próprio clown reside na liberdade de poder ser o que se é e de fazer os outros rirem disso, de aceitar a sua verdade. “Existe em nós uma criança que cresceu e que a sociedade não permite aparecer; a cena a permitirá melhor do que a vida” (LECOQ, 1987, p. 117).

#### **4.1 Existe diferença entre clown e palhaço?**

Para alguns, ambas as nomenclaturas serviriam para representar qualquer personagem cômico, dando-lhe a liberdade de escolha sobre qual nome usar, como se a diferença entre palhaço e clown fosse a mesma entre cachorro-quente e *hot dog*. Alfredo Panzine confirma isso ao definir em seu dicionário moderno ambos os termos, designando a eles o mesmo significado: “Clown - palavra inglesa (pronuncia-se Cláun)

que quer dizer rústico, rude, torpe, indicando depois quem com artificiosa torpeza faz o público rir, é o nosso palhaço”(PANZINE apud FELLINI, 1974, p.1-7).

Existem pessoas com conceitos diferentes, que utilizam cada nome para representar um modelo específico de personagem cômico. Roberto Ruiz expõe que as nomenclaturas diferem para cada personagem, levando-se em consideração as origens do qual provém cada tipo circense:

[...] a palavra clown vem de clod, que se liga etimologicamente, ao termo inglês “camponês” e ao seu meio rústico, a terra. Por outro lado, palhaço vem do italiano paglia (palha), matéria usado no revestimento de colchões. Porque a primitiva roupa desse cômico era feita do mesmo pano dos colchões: um tecido grosso e listrado, e afofado nas partes mais salientes do corpo, fazendo de quem a vestia um verdadeiro ‘colchão’ ambulante, protegendo das constantes quedas (RUIZ, 1987 apud GOMES, 2011, p.21)

Jorge Leite Junior expõe a ideia de que, atualmente, a diferença associada aos termos acontece de maneira que os atores cômicos de teatro são chamados de “clown”, enquanto o termo “palhaço” é usado para denominar o ator cômico circense. (JUNIOR LEITE, 2006, p.52)

[...] o palhaço é hoje um tipo que tenta fazer graça e divertir seu público por meio de suas extravagâncias, ao passo que o clown tenta ser sincero e honesto consigo mesmo (FERRACINI, 2003 apud GOMES, 2011, p.22).

## **4.2 A origem do termo Clown**

Clown: palavra inglesa originada do século XVI, derivada de *cloyne*, *cloine*, *clowne*. A matriz etimológica reporta a *colonus* e *clod*, que possui um significado aproximado de “homem rústico, do campo”. *Clod* ou *clown* também possui o sentido de *lout*, ou seja, homem desajeitado, grosseiro, e de *boor*, que significa camponês, rústico (BOLOGNESE. 2003, p.62):

### 4.3 Branco e Augusto

Com o passar do tempo, o caráter agressivo do humor não é abandonado, mas sim incorporado por um tipo específico de palhaço, o braço. Surgem, então, dois conceitos de palhaço: *Branco* e *Augusto*, uma distinção entre os clowns excêntricos, que utilizam proezas circenses para alcançar o cômico e os clowns “Shakesperianos” (BOLOGNESE. 2003, p.71-71). Após se afirmar a dupla cômica, o clown branco voltou a ter as características originais do Pierrô, abandonando os traços de Grimaldi e adotando uma pureza romântica, melancólica e sentimental.

No circo contemporâneo, o *Branco* se caracteriza por sua educação, gestos finos, elegância nos trajes e movimentos, possui uma maquiagem branca em todo rosto, com traços negros, podendo evidenciar as sobrancelhas, a boca bem vermelha. Ele usa uma boina em forma de cone e roupa brilhante (BOLOGNESE. 2003, p.72).

O clown *Augusto* possui o nariz avermelhado, não cobre o rosto totalmente com maquiagem, porém destaca os olhos e a boca, é estúpido, desajeitado, rude e indelicado. Suas roupas e sapatos são largos e grandes (BOLOGNESE. 2003, p.73-74). *Augusto* é um termo alemão utilizado pela primeira vez, em 1869, em Berlim. Existem diversas teorias usadas para indicar sua origem, Tom Belling Touden era um cavaleiro que, durante uma apresentação, se atrapalhou e caiu do cavalo, o público começou a gritar: “Augusto! Augusto!”, termo que no dialeto berlinense era utilizado para se referir a pessoas que se encontravam em uma situação ridícula ou quando a própria pessoa se ridicularizava (BOLOGNESE. 2003, p.74).

Após Belling ter sido demitido, seu ex-patrão, um dia, o reencontrou, porém, nesse momento, o desempregado tropeçou e caiu com a cara no chão, deixando seu nariz avermelhado, o público, achando graça, gritou novamente: “Augusto! Augusto!”. Roland August, em sua obra *Histoire et legende du cirque*, afirma que Tom Belling estava embriagado e por isso seu equilíbrio estava prejudicado, tornando-o ridículo e

risível perante o público (BOLOGNESE. 2003, p.74). Outra versão diz que um funcionário do circo estava agitado e não conseguia executar nenhuma tarefa corretamente apresentando-se hilário ao público.

Tristan Rémy apresenta ainda outra versão, em que um cavaleiro de nome Augusto entrou no picadeiro com trajas desproporcionais causando riso na plateia.

Em todas as versões, podemos ver que o clown *Augusto* se apresenta com alto nível de estupidez, mas de forma espontânea, com roupas excêntricas. É um “ser livre” (BOLOGNESE. 2003, p.71-78):

Existem dois tipos clássicos de clowns: O Branco e o Augusto. O clown branco é a encarnação do patrão, o intelectual, a pessoa cerebral. Tradicionalmente, tem o rosto branco, vestimentas de lantejoulas (herdada do Arleuin da *commedia dell'arte*), chapéu cônico e está sempre pronto a ludibriar o seu parceiro em cena. Mas modernamente, ele se apresenta de smoking e gravatinha borboleta e é chamado de cabaretier. No Brasil é conhecido por escada. O Augusto no Brasil (Tony ou Tony-excêntrico) é o bobo, o eterno perdedor o ingênuo de boa-fé, o emocional, ele está sempre sujeito ao domínio do branco, mas, geralmente, supera-o, fazendo triunfar a pureza sobre a malícia, o bem sobre o mal. (BURNIER 2009 apud GOMES, 2011, p.22)

Para Fellini, *Branco* e *Augusto* representam, respectivamente, o professor e o menino, a mãe e o filho arteiro. São duas atitudes psicológicas do homem, o impulso para cima e o impulso para baixo, divididos, separados (1974, p.1-7).

Diante de definições referentes ao universo “clownesco”, pode-se compreender que o clown nada mais é do que o ser sincero que habita cada ser humano, ou seja, cada um tem o seu clown, que precisa ser exteriorizado, levando o indivíduo a viver experiências fora da “caixa” criada pelos conceitos e pré-conceitos da sociedade.

No próximo capítulo, trataremos do aparecimento do clown / palhaço na mídia e no discurso publicitário, mostrando como acontece sua comunicação não-verbal.



## **Aparecimento do Clown na mídia e no discurso publicitário**

**CAPÍTULO III**

---

## 1 A apresentação dos clowns como personagens

Encontramos, hoje, na mídia e na publicidade, a presença de clowns e palhaços que foram criados, especialmente, para alguma marca, programa ou campanha, fazendo desses personagens moldados segundo à necessidade de quem o contratou. Existem outros palhaços e clowns criados para o cinema, onde mesmo estando dentro de um roteiro, conseguem transmitir a personalidade daquele personagem. O ator, primeiramente, recebe a descrição das características físicas e psicológicas do personagem e, partir deste momento, passa a descobrir quem ele é. Encontramos, também, um outro tipo de clown e palhaço, em que o artista já o trouxe à existência, buscando dentro de si mesmo suas características, e só depois de formado, este personagem é, então, descoberto pela mídia.

Diante destas três possibilidades de nascimento de um personagem cômico, analisaremos algumas figuras populares, encontrando características que revelem quem ele é e o que ele comunica.

### 1.1 *Charles Chaplin*

Após a revolução da Rússia em 1917, os palhaços russos foram em busca de novos caminhos para a comicidade. Essa busca os levou a desenvolver novos personagens que buscavam aliar-se à luta política, participando de marchas populares e militares, tornando-se cada vez mais humanizados, podendo assim abandonar velhos estigmas como: maquiagens, roupas e, até mesmo, o nariz. Assim, deixavam o universo caricaturesco e se tornavam mais naturais, parecendo cada vez mais com o homem trabalhador simples e juntando-se a ele na luta pelos seus direitos. (BOLOGNESI. 2003, p. 80-81).

Mesmo sem a maquiagem, as roupas largas e coloridas e, principalmente, sua máscara (representada pelo nariz), o personagem Carlitos, interpretado por Charles Chaplin, é um autêntico clown. Ainda que não faça uso de características até então essenciais a um artista cômico, ele construiu sua personagem utilizando a realidade humilde e maltratada de sua época para fazer rir. Assim, buscou características tanto físicas, quanto psicológicas, que revelassem sua essência, por isso podemos perceber a realidade transmitida nas ações e expressões deste personagem.

Em 1913, o artista Charles Chaplin foi contratado para gravar três filmes, nos quais a pedido de seu diretor deveria se vestir de um jeito engraçado:

Pensei que poderia usar umas calças muito grandes e uns sapatos enormes, além de uma bengala e um chapéu coco. Queria que tudo fosse contraditório: as calças folgadas, o paletó apertado, o chapéu pequeno e os sapatos enormes [...] coloquei um bigodinho que me daria alguns anos sem esconder a minha expressão. (In: <http://www.casadobruzo.com.br/ilustres/chaplin.htm>, 2013)

Dessa forma, nasce Carlitos (*the Tramp*), um dos maiores personagens cômicos do cinema:



**Figura 9: Charles Chaplin – Carlitos** (In: <http://estudar-partilhar.blogspot.com.br/2012/01/charlie-chaplin.html>)



**Figura 10: Figurino Carlitos** (In: <http://odemartins.blogspot.com.br/2013/09/charles-chaplin-incentivo.html>)

Chaplin utilizou-se deste personagem para fazer uma crítica social. Desse modo, através de seus filmes, ele honrava o humanismo e a solidariedade, apontando que o próprio ser humano era a solução para a exclusão social. Ainda que não se fizesse uso da fala, Chaplin era um grande comunicador, abordava temas como miséria, desemprego, exploração do trabalhador, preconceito social, injustiças da sociedade, perseguição e fome. Sua comunicação acontecia por meio de recursos não verbais.

A figura humilde e maltratada de Chaplin é revelada em seu figurino desproporcional. A roupa social era usada também como denúncia social, pois demonstrava a sua proximidade com o homem da época, revelando com “seriedade” a pobreza e a miséria através de suas roupas, sem a utilização de cores e maquiagens exageradas. (BOLOGNESI. 2003, p. 80-81).

O preto e o branco na caracterização de Chaplin não envolvem, apenas, a falta de recursos tecnológicos da época, em que não existia ainda filmes coloridos, mas são utilizados também para expressar a realidade vivida por ele.

O branco aparece com a finalidade de revelar a simplicidade, juventude, pensamentos, otimismo, piedade, paz, pureza, inocência, dignidade, modéstia, infância e harmonia, características encontradas no personagem que, mesmo diante da pobreza, nunca perde seu lado infantil, atrapalhado, inocente, mostrando sempre suas boas intenções e seu caráter. Já o preto aparece com a intenção de revelar a miséria, tristeza, desgraça, dor, temor, angústia, renúncia, intriga e repressão, sentimentos que, também, são vivenciados por Carlitos, gerando sempre o conflito do personagem, o qual, na maioria das vezes, é solitário e, mesmo dentro de um contexto melancólico e injusto, revela momentos angustiantes sem deixar apagar sua alegria de viver. (FARINA; PEREZ; BASTOS, 2006, p. 97-98).

No filme “O garoto” (1921), ele mostra um personagem vagabundo, miserável, cínico e golpista, mas que demonstra possuir um grande coração ao se compadecer do menino órfão que o acompanha durante a trajetória do filme.

Em “Tempos modernos” (1936), podemos ver uma crítica à Revolução Industrial, onde a sensação de exploração, cansaço e sobrecarga, sofrida pelo personagem, são transmitidas ao telespectador, através de sua expressão exagerada e seus movimentos marcantes (In: <http://www.piratininga.org.br/artigos/79-charleschaplin.html>, 2013).

No decorrer do desenvolvimento de seu trabalho, Chaplin nos revela, na figura de Carlitos, uma ideologia pessoal que, talvez, não poderia ter sido explorada por si mesma sem que fizesse uso do seu clown:

[...] tira-se a base da ideologia de Charles Chaplin. O capitalismo e a industrialização do início do século XX tiravam o humanismo do centro da sociedade. O dinheiro e o status passavam a ser mais importantes que as relações humanas. A satisfação pessoal prevalecia sobre o senso de solidariedade. A esperança não vinha dos burgueses nem das instituições, que não só eram insensíveis ao sofrimento, mas injustas e discriminatórias. A esperança vinha de um personagem excluído da sociedade, vítima de preconceitos, relegado e perseguido, mas que ainda era capaz de deixar de lado suas ambições pessoais para ajudar alguém que estivesse necessitado. (In: <http://www.piratininga.org.br/artigos/79-charleschaplin.html>, 2013)

Visto que o clown consiste em um “eu interior”, o qual sufocamos por conta dos padrões da sociedade, e que ele possui uma liberdade particular para expressar suas emoções e pensamentos, é possível olhar para Carlitos e identificar nele o clown de Charles Chaplin.

O próprio Chaplin afirmou a necessidade desta válvula de escape, por onde ele poderia transmitir sua ideologia e visão de mundo:

Se tivesse acreditado na minha brincadeira de dizer verdades teria ouvido verdades que teimo em dizer brincando, falei muitas vezes como um palhaço, mas jamais duvidei da sinceridade da platéia que sorria. (Charles Chaplin. In: <http://pensador.uol.com.br/frase/OTQzMg/>, 2013)

Dessa forma, confirma-se em Carlitos a ideia de que a comunicação não se faz apenas com o uso da palavra, mas torna-se necessário interpretar a mensagem transmitida através das roupas, da postura, do contexto e de todos os aparatos não-verbais que estão envolvidos no momento da comunicação.

Carlitos, por exemplo, revela sua pobreza pelas suas roupas velhas e pelos seus hábitos humildes. Sua atitude mostra uma inconformidade com a exclusão social, e, através de sua postura, ele nos transmite o cansaço, a fome, seus pés voltados para fora demonstram uma pessoa curiosa, que deseja saber de tudo, que está aberta para receber quem se aproxima.

## **1.2 *Ronald Mcdonald***

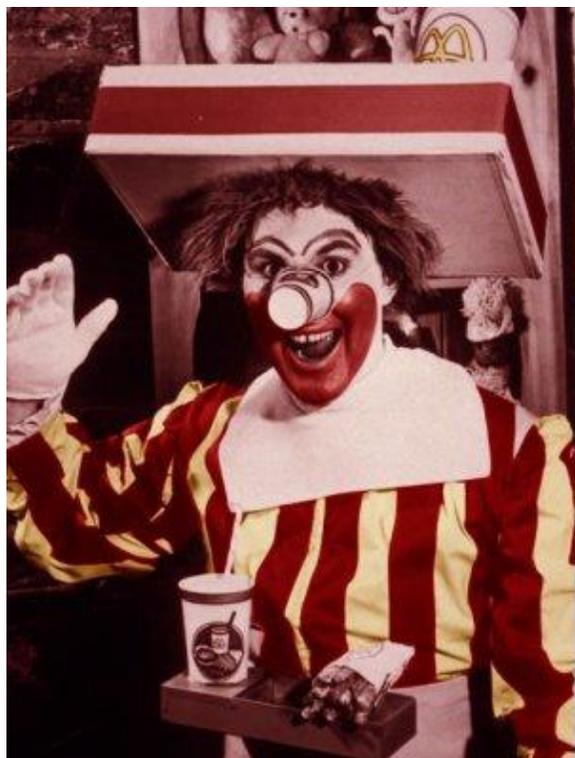
Na década de 1960, um franqueado da rede Mcdonald's resolve patrocinar um programa televisivo da época chamado "O circo do Bozo" (1960). Durante o programa, o palhaço Bozo anunciava os produtos da rede de *fast food*, com isso surge a ideia de criar o próprio palhaço da marca Mcdonald's.

Os estrategistas de marketing da empresa percebem a necessidade de criar um símbolo que pudesse transmitir o discurso da marca de uma forma mais dinâmica e divertida, como, naquela época, a marca era totalmente voltada para o público infantil, surge, então, a figura do palhaço. (In: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1517-97022002000100010](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-97022002000100010), 2013).

O surgimento do palhaço como mascote da rede de alimento aumentou 30% das vendas, visto que o personagem possuía grande influência sobre seu público-alvo. (In: <http://www.megacurioso.com.br/bizarro/37160-ronald-mcdonald-era-assustador-quando-foi-criado-video-.htm>, 2013).

O porta voz da rede Mcdonald's recebeu o nome de Ronald por acaso, apenas, pelo fato de rimarem, mostrando assim a ligação entre ele e a marca. Suas características físicas faziam relação entre ele e a empresa que representava. Assim, seu chapéu era uma bandeja com um hamburguês, um *milk shake* e um saquinho de batata frita. O nariz era um copo da rede e seus sapatos pareciam com pãezinhos. A caracterização do personagem era bizarra, pois buscava unir as características de um palhaço tradicional com os produtos vendidos na empresa, com a intenção de familiarizar as crianças tanto com os produtos, quanto com a marca, ainda que essas mesmas crianças já possuíssem uma interação com o palhaço Bozo.

Essa mesma identificação antecedeu com Ronald. Desse modo, a empresa conseguiu, através do uso da imagem do palhaço, conquistar a confiança do público e ter maior poder de influência do que se utilizasse a imagem de algo sem identificação com seu público, ou seja, sem familiaridade e que transmitisse confiança. (In: <http://exame.abril.com.br/marketing/noticias/10-mascotes-que-ajudaram-a-popularizar-as-marcas?p=3>, 2013).



**Figura 11: Ronald Mcdonald em 1960** (In: <http://www.wearemillardsouth.com/opinion/2012-2013-opinion/>, 2013).

Em 1965, a agência publicitária D'arcy modificou a aparência física de Ronald, trocando aquela roupa extremamente comercial por uma nova imagem que se aproximasse das características de um verdadeiro palhaço, que fosse mais amigável.

Tendo como certo que a comunicação vai além do uso da fala e da escrita, é possível se analisar o que a empresa Mcdonald's queria comunicar aos seus consumidores quando resolveu utilizar a figura do palhaço como "embaixador oficial" da marca. Após a nova roupagem do palhaço, foi criada uma campanha nacional, cujo tema era "O Mcdonald's é o seu lugar", em que Ronald era o protagonista.

A rede tinha como objetivo transmitir ao público a ideia de que o restaurante era um espaço de diversão e não apenas um lugar para se comer hambúrguer (In:

<http://mundodasmarcas.blogspot.com.br/2006/05/mcdonalds-inveno-do-fast-food.html>, 2013).



**Figura 12: Ronald Mcdonald** (In: <http://mundodasmarcas.blogspot.com.br/2006/05/mcdonalds-inveno-do-fast-food.html>, 2013).

Leo Bassi, um comediante italiano, diz a respeito de Ronald McDonald's:

O Ronald McDonald's é uma decepção? Sim. É aproveitar toda a tradição do palhaço só para fazer propaganda. Muito simpático, só porque quer vender mais hambúrguer. Palhaço tradicional é simpático para as crianças, mas assim vira uma hipocrisia, um engano. Isso vai contra a minha família e o espírito do circo. A única coisa que vendemos é o ingresso, nada mais. Não há publicidade. Ronald McDonald's é a imagem de como a indústria pode

apropriar-se do espírito da criação e mudar (In: <http://www.estadao.com.br/arquivo/arteelazer/2002/not20020805p6888.htm>, 2013).

O palhaço utilizava em seu figurino as cores da marca: vermelho e amarelo. O vermelho é uma cor quente e intensa, ela afeta a pressão sanguínea e a fome, por isso é utilizada para causar nas pessoas a vontade de comer (In: <http://blog.wedologos.com.br/design/a-influencia-das-cores/>, 2013). O amarelo é uma cor alegre, por isso utilizada para criar alegria e aquecimento, além de designar a atenção (In: <http://blog.wedologos.com.br/design/a-influencia-das-cores/>, 2013).



**Figura 13. Marca McDonald's** (In: <http://www.designontherocks.xpg.com.br/psicologia-das-cores-em-design-de-logo/,2013>).

Quanto à logomarca:

Todos nós sabemos do sucesso da franquia Mc Donald's e seus arcos formando o M, além é claro, de seu slogan "I'm lovin'it". O logo usa paleta de cores análogas, assim como Red Bull, a diferença é que neste você tem predominância de amarelo, já que o foco principal são as crianças, diversão e felicidade. O vermelho funciona bem como estimulador de fome e aumento da pressão sanguínea como consequência. Graças a esta combinação, muitos outros logos de redes de alimentos passaram a utilizar esta paleta, com sucesso. (In: <http://www.designontherocks.xpg.com.br/psicologia-das-cores-em-design-de-logo/,2013>).

As influências recebidas do meio em que vive, da educação, do temperamento, da idade etc. afetam o instinto do indivíduo, por este motivo, pode-se observar que as crianças, geralmente, preferem cores puras e brilhantes (FARINA; PEREZ; BASTOS, 2006, p. 25).

Segundo estudo realizado pelo psicólogo Bamz (1980), a idade do indivíduo tem influência em relação à preferência das cores. Dentro desta teoria, o vermelho e o amarelo indicam:

- **Vermelho:** corresponde ao período de 1 a 10 anos. Idade de efervescência e da espontaneidade.
- **Amarelo:** corresponde ao período de 20 a 30 anos. Idade da força, potência, arrogância.

Com base no estudo de Bamz, podemos observar, na marca McDonald's, a intenção de atrair as crianças de 1 a 10 anos que, inicialmente, eram o seu público-alvo, além de atrair as pessoas de 20 a 30 anos, possivelmente, os pais daquelas crianças também atingidas.

A cor vermelha está associada com a alimentação, ela aumenta a tensão muscular e a pressão sanguínea, além de possuir grande potência calórica. Dentro da publicidade, o vermelho possui grande desempenho, pois tem alto grau de conotação dentre todos os termos de cor, superando até mesmo o preto ou branco.

O amarelo é um pouco mais frio do que o vermelho. Ao utilizá-lo em contraste com uma cor mais quente (vermelho por exemplo), o amarelo ganha maior destaque, chamando mais a atenção e despertando impulsos de adesão. Por meio dele, adquire-se uma luminosidade maior por conta deste contraste.

As cores alegres, em geral, estimulam o apetite. Sabendo disto, o McDonald's utilizou no personagem do Ronald esta ferramenta, objetivando atingir o público, incitando à ação de compra (FARINA; PEREZ; BASTOS, 2006, p. 89-114).

Pelo exposto, pode-se notar que a figura do palhaço utilizada pela marca Mcdonald's serve como uma forma de comunicar aos clientes que a lanchonete era um lugar divertido e que seus produtos eram atrativos às crianças, ainda que esta mensagem fosse transmitidas sem o uso da fala, apenas com a postura receptiva e engraçada de seu mascote e do uso das cores, que possuem um inconsciente poder de influência, transmitindo ao consumidor a mensagem de alegria e fome.

### **1.3 Filme: O Máscara**

No filme “O máscara” (1996) o ator Jim Carrey interpreta o bancário Stanley Ipkiss, que é um homem desajeitado e tímido que, em certo dia, encontra a máscara de Loki, um deus escandinavo. Quando a coloca, ele se transforma em um homem impulsivo e corajoso conhecido como “o máscara”.

Quando Stanley está com a máscara, ele perde o autocontrole e a consciência de seus atos, contudo, o artefato lhe proporciona a ousadia de fazer tudo de que, antes, teria medo ou algo que, por mais que quisesse fazer, não faria por julgar errado ou fora do comum, trazendo à tona pensamentos, sentimentos e ações até então sufocados dentro dele.



**Figura 14: Stanley Ipkiss** (In: <http://www.imdb.com/media/rm1923070464/ch0006333>)

O máscara é um ser animalesco, inspirado em animações, como Lonney Toones. De fato, a máscara ultrapassa limites pré-estabelecidos por Stanley em seu estado natural, ainda assim, é possível se notar nele (no máscara) a exteriorização de impulsos internos de Stanley, que se mantinham em segredo. (In: <http://www.cineplayers.com/filme.php?id=478>, 2013)

Neste caso, o máscara seria o clown de Stanley, pois revela seu oculto, ainda que, em determinados momentos, ele seja o anti-herói do filme. O máscara é absolutamente espontâneo, por conta disso, é possível perceber a sinceridade em seu comportamento, mesmo que cruel, diferente de Stanley, um homem bom, tímido, humilhado, monótono e inseguro.

Enfatizando o personagem mascarado do filme como o clown a ser analisado, buscamos nele uma forma de se comunicar através de recursos não-verbais.

Ao colocar a máscara, o personagem assume uma postura corporal totalmente diferente da utilizada anteriormente, passando a focar o tórax, estufar o peito e empinar o nariz, mostrando ser uma pessoa vaidosa e egocêntrica, arrogante e prepotente. O sorriso largo e exagerado do personagem revela um ser cínico e malicioso, completo, completo gozador e vingativo.



**Figura 15: Stanley Ipkiss colocando a máscara de Loki.** (In: <http://www.imdb.com/media/rm2141174272/ch0006333>).



**Figura 16: O máscara em expressão exagerada** (In: <http://www.imdb.com/media/rm2107619840/tt0110475>).



**Figura 17: O máscara arrogante** (In: <http://sem-classe.blogspot.com.br/2010/03/limpa-o-rosto-s.html>)

Diante das ações executadas pelo personagem no decorrer do filme, podemos definir o máscara como um homem seguro de si, vingativo e bem-humorado. Com estas características, torna-se possível compreender a escolha de seu figurino (In: <http://vamosviraajogo.blogspot.com.br/2012/02/o-maskara-dois-homens-em-um-totalmente.html>, 2013):

O amarelo é uma cor que contribui para a felicidade. É uma cor brilhante, alegre, que simboliza o luxo - é como estar em festa a cada dia.

Associa-se com a parte intelectual da mente e a expressão de nossos pensamentos.

É, portanto, o poder de discernir e discriminar, a memória e as idéias claras, o poder de decisão e capacidade de julgar.

Também nos ajuda a organizar-nos, a assimilar as idéias inovadoras, e contribui para a habilidade de ver e compreender os diferentes pontos de vista (In: <http://www.euroresidentes.com/portugues/cores-do-zodiaco/significado-amarelo.htm>, 2013).

A escolha da cor amarela para a roupa do máscara comunica muito sobre sua personalidade, pois essa cor é utilizada quando se quer ver bem algum objeto, ela é utilizada para destacar algo. (FARINA; PEREZ; BASTOS, 2006, p.101).

Esse protagonista buscava sempre chamar a atenção das pessoas, geralmente, agia como líder e possuía um alto grau de inteligência, características associadas à cor amarela.

É certo que o máscara utiliza o recurso da fala, porém, suas roupas, atitudes, expressões e todos os outros meios utilizados para se expressar são, sobretudo, um forte meio de se comunicar, reforçando sua fala e revelando sua personalidade.

#### **1.4 O Gordo e o Magro**

O gordo e o magro eram personagens, respectivamente, interpretados por Oliver Hardy e Stan Laurel, esta dupla cômica é a que melhor representa a dupla de clown Branco e Augusto.

As suas características psicológicas e comportamentais revelam a realidade clownesca dos personagens, em que Oliver Hardy (o gordo) demonstra seu caráter de clown Branco, configurando-se como impaciente e pomposo. Ele se considerava muito espeto, agia sempre com a intenção de liderar seu companheiro Stan (o magro). Este, por sua vez, representa o clown Augusto da dupla, é o liderado, o submisso, o desajeitado, que possui caráter infantil, contudo, ambos são verdadeiras crianças grandes que, por mais que não admitissem, eram ingênuos e imaturos.

Stan e Oliver faziam uso de maquiagem leve, pois tinham a intenção de mostrar que eram personagens humanos e reais, distantes do palhaço caricaturesco, além disso desejavam transmitir inocência a seus personagens. Através do uso de delineador, Stan fazia com que seus olhos parecessem menores, comunicando ao telespectador certo grau de distração.

Para que seus personagens parecessem elegantes e, na tentativa de demonstrar a maturidade que eles acreditavam ter, utilizavam em seu figurino smokings, com colarinhos engomados e sempre bem alinhados, fazendo contraste com suas ações desastrosas e estúpidas. Ambas personagens usavam chapéu coco, dando a eles um efeito cômico.

O chapéu de Stan era igual ao utilizado pelas crianças irlandesas, transmitindo a imagem de um personagem com certo grau de infantilidade, ele fazia uso também de um sapato sem salto fazendo-o parecer mais baixo e vulnerável.



**Figura 18: O gordo e o Magro** (In: <http://www.historiasdecinema.com/2010/12/o-gordo-e-o-magro-2/>, 2013).



**Figura 19: O gordo e o magro** (In: <http://www.pop.com.br/popnews/noticias/poptrash/398285->, 2013).

Observando os personagens, é possível identificar claramente neles a presença do caráter Branco e Augusto, pois o gordo assume o perfil de clown Branco, sendo o líder, o cabeça, o que toma as decisões, o que impõe sua vontade e o que assume autoridade e controle sobre seu companheiro de cena. Já o magro enquadra-se no perfil de clown Augusto, sendo o submisso, o atrapalhado, ingênuo e inocente. Juntos, o gordo e o magro formaram a maior dupla cômica dos cinemas e isso se deu graças à união de duas personalidades distintas que se completam.

Para que uma dupla cômica seja bem-sucedida é necessário se ter em cena sempre um Branco e um Augusto, para que exista equilíbrio, visto que dois Brancos em cena seria algo monótono e sem graça, pois ambos tentariam dominar e não teriam quem se submetesse a eles. Já dois Augustos contracenando, seria um show de firulas, onde os dois ficariam perdidos, esperando do outro alguma direção, tornando a cena atrapalhada e forçada. Diante disto, firmou-se a dupla cômica, constituída de um clown Branco e um Augusto. (In: <http://www.historiasdecinema.com/2010/12/o-gordo-e-o-magro-2/>, 2013).

## **1.5 Filme: O Palhaço**

O filme *O palhaço*, dirigido por Selton Mello, apresentado no ano de 2010, tem como personagem central Benjamin (Selton Mello), o palhaço Pangaré, que vive no circo itinerante Esperança, onde seu pai Tito (Paulo José) é dono e também palhaço, intitulado Puro-Sangue.



**Figura 20: Pangaré e Puro Sangue** (In: <http://auroradecinema.wordpress.com/tag/filme-o-palhaco-em-mostra-de-cinema-na-russia/>, 2013).

Sem possuir documentos de identidade ou residência fixa, a certidão de nascimento era a única coisa que dizia a Benjamim quem ele era. Não satisfeito em apenas saber seu nome e lugar onde nasceu, ele abandona o circo em busca de sua identidade, com a intenção de se encontrar.

Nesta busca de si mesmo, Benjamim conquista documentos, residência e até mesmo um emprego, porém a expectativa de encontrar graça na vida e de que algum dia alguém pudesse lhe fazer rir, como ele fazia aos outros, faz com que perceba que a revelação de seu “eu” e a sua essência eram manifestas na vivência de Pangaré.

A monotonia do dia a dia na cidade o faz enxergar a liberdade que possuía de ser quem ele, realmente, era e poder revelar sua sinceridade. Ele descobre, então, que sua identidade nada mais é do que a do Palhaço Pangaré.

O filme busca focar, através do personagem Benjamim, a necessidade do ser humano de buscar satisfação na vida. Revela-se no filme a essência de um clown que consiste no lado irracional, instintivo e rebelde do homem, ou seja, na realização de seu ser autêntica.

“O Palhaço” traz em si o caráter de alguém que busca se encontrar, sendo necessário se perder, ou por assim dizer, se afastar de si mesmo, para só então descobrir que seu clown já o revelava, e que apenas era necessária a consciência disto para que ele pudesse viver a plenitude de seu caráter como palhaço e como ser humano.

Essa busca de identidade que traz o drama pessoal do personagem se comunica com o público por ser algo existente em todo ser humano, ainda que não seja um estado constante. Em algum momento da vida, o ser humano deseja e busca se encontrar, saber quem ele é, conhecer sua verdade.

No filme, a revelação do personagem se deu no reencontro com seu clown, visto que Benjamim já conhecia Pangaré, só foi necessário percebê-lo. Na vida real, nem sempre o clown já está formado, portanto, tornam-se necessárias oficinas e treinamentos para descobertas do mesmo.

A busca humana pela satisfação que é mostrada no filme é o que une ficção à vida real, essa semelhança, além da trilha sonora, do elenco e das ótimas atuações, também, foram motivos que levaram o filme à tamanha audiência:

O filme é um sucesso de crítica e de público, prova disso são seus prêmios no **festival de Paulínia 2011**, no qual o filme “O Palhaço”, ganhou os seguintes prêmios: Melhor Diretor – Selton Mello, Melhor Ator Coadjuvante – Moacyr Franco, Melhor Roteiro e Melhor Figurino. (In: <http://www.musicaos.com.br/filme-o-palhaco-resumo-e-critica/>, 2013).

No decorrer do filme, é possível identificar, no picadeiro, o clown Branco e o Augusto na figura de Pangaré e Puro-Sangue. Reconhecemos Pangaré como o Augusto, atrapalhado, subordinado, desengonçado e infantil, já Puro-Sangue assume o papel de Branco, liderando seu companheiro, mostrando ser “o cabeça” da dupla e comandando a entrada (nome dado à cena de atuação dos palhaços no circo):

O Branco e o Augusto representam duas atitudes psicológicas do homem: a razão e o instinto, a perfeição e a imperfeição, o certo e o errado (Fellini Apud MASETTI, 1997, p. 39)

O filme utiliza, em sua maioria, cenas em tons alaranjados. Há uma associação afetiva da cor laranja com desejo, excitabilidade, dominação, sexualidade, força, luminosidade, dureza, euforia, energia, alegria, advertência, tentação, prazer, senso de humor (FARINA; PEREZ; ASTOS. 2006, p.100).

Na china, a cor laranja significa a cor da transformação. No budismo, a cor laranja está relacionada à perfeição. Dentre estes significados adotados, podemos ver sua relação com o filme, mais especificamente, com o personagem principal, vivido pelo ator Selton Melo.

No decorrer do roteiro, Benjamim busca encontrar seu verdadeiro “eu”, caminha ao encontro da perfeição da sua natureza, da sua personalidade. Nesta busca, sofre uma transformação de mente, passando a ver de forma diferente a realidade que já vivia anteriormente, ou seja, tem sua percepção da própria realidade transformada, para só então alcançar a perfeição de ser quem realmente é.

## **1.6 Palhaços de hospitais**

O palhaço nos faz perceber a enorme diferença entre aquilo que realmente somos e o que gostaríamos de ser, autorizando um encontro com nós mesmo.

Ao levar a figura do palhaço para dentro de um hospital, busca-se encontrar a ligação entre duas realidades aparentemente opostas, gerando em quem estiver presente no hospital a sensação de possibilidade de absorver uma outra lógica dentro daquele ambiente hostil.

O riso geralmente produz transformação e isso nos faz acordar para algo que até então não havia sido percebido ou para o qual não dávamos a devida atenção, por este motivo a presença de palhaços em hospitais têm o poder de ajudar as mães a relaxarem e diminuir o estresse da internação.

Aos médicos, enfermeiros e funcionários os palhaços possibilitam a diminuição do estresse no trabalho, melhora a autopercepção profissional e a imagem do hospital, além de melhorar a comunicação entre os membros da equipe e destes com familiares e pacientes (MASETTI, 1997, p.17-24).

Embora a função do palhaço seja rir para transformar, ele não objetiva a transformação, ele busca rir do estabelecido e a transformação é a consequência, algo que a gente não sabe. (MAGALHÃES, [s/a], apostila)



Figura 21: Doutores da Alegria. (In: <http://catracalivre.com.br/sp/tag/doutores-da-alegria/>, 2013).



Figura 22: Doutores da alegria (In: <http://www.fiam.br/momento/?pg=leitura&id=4134&cat=0>, 2013).



**Figura 23: Doutores da Alegria** (In: <http://procura-segargalhadasemor.blogspot.com.br/2010/12/doutores-da-alegria-documentario.html>, 2013).



**Figura 24: Doutores da alegria** (In: <http://fourcade.com.br/novidades/?p=586>, 2013).

Ao ter contato com ‘médicos palhaços’ no hospital, a criança passa a se relacionar melhor com os outros médicos, ter mais facilidade para conversar, se movimentar mais e se alimentar melhor.

Ao chegar diante de um quarto de hospital, os palhaços, por um espaço de tempo indeterminado, ficam parados na porta, sem estar nem fora e nem dentro do quarto, observando o ambiente do qual eles farão parte. A possibilidade de permanecerem naquela situação durante o tempo necessário permite que os ‘Doutores’ percebam os caminhos de comunicação afetiva com a criança, buscando as melhores formas e estratégias de se relacionar com elas, de forma que a comunicação e a transmissão da mensagem sejam bem sucedidas (MASETTI, 1997, p.25-41).

Ésio Magalhães compartilha sua visão quanto à interação e relação entre palhaços e pacientes:

É muito legal fazer coisas que provoquem, mesmo com o trabalho dos Doutores da Alegria, a gente provoca a criança dentro do quarto de uma maneira não agressiva porque ela já está num ambiente agressivo, então a gente quer que ela saia dali e entre em contato com a parte dela que está sadia, que quer brincar, enfim, aquela parte que ninguém cuida e só ela pode cuidar. E a gente vai ali para mostrar que aquela parte está viva e não só com as crianças, mas com os funcionários, os enfermeiros e enfermeiras que, na minha opinião, são maravilhosos. Eles escolhem uma profissão que é tão dura, eles cuidam do outro tendo que machucar, aplicando injeções e remédios e o palhaço é irmão deles, porque acabam fazendo a mesma coisa: cuidando dos outros, às vezes mostrando o que não se quer ver.” (MAGALHÃES, [s/a], apostila)

Ao fazerem sua entrada no leito de um hospital, os palhaços devem proporcionar ao paciente uma cena com começo, meio e fim, visto que possam provocar no paciente a percepção de linearidade, comunicando a ele que a situação de hospitalização também terá um fim.

A infantilidade e inocência existentes nos clown fazem com que eles vejam o mundo da mesma maneira que uma criança vê, isso possibilita a interação entre

palhaço e paciente, pois ela se abre para a comunicação, diante da visão de que está em uma relação entre iguais.

Diante disto, é possível afirmar que os clowns de hospital são uma forte ferramenta de comunicação, à medida que seus figurinos, maquiagens, ações e objetos de cena constroem uma relação com o outro, transmitindo a ele a mensagem desejada. Sua postura e comportamento geram na pessoa com quem se relaciona a possibilidade de transformação, tanto do ambiente, da percepção do momento, do estado emocional quanto do seu próprio eu.

## **2 Oficinas de clow**

Como trabalho prático, ofertamos, no decorrer da pesquisa, oficinas de iniciação ao clown, nas quais foi possível notar a presença de elementos não-verbais. Nestas, através de exercícios específicos, a pessoa descobre quem é o seu clown.

Sem a utilização da fala, os participantes vão conhecendo seu clown, como um nascimento diante do espelho, onde se desconstrói tudo que se conhece sobre si mesmo e permite-se que apareça, configure-se um outro ser.

Em silêncio, era possível perceber traços da personalidade dos clowns que estavam surgindo naquele momento, apenas, ao se observar as expressões, posturas, gestos, forma de andar e de se comportar, e a maneira como um indivíduo se relacionava com o outro. Estes elementos já nos comunicavam muito sobre o temperamento e a personalidade daquele personagem que nascia ali.

Como exemplo, uma das participantes, ainda durante a construção do personagem, com os olhos fechados, foi tomando uma outra postura; de ombros caídos e cabeça um pouco baixa. Ela andava com os pés voltados para dentro e quando enfim abriram os olhos e lhes foi permitido falar, sua voz era suave e baixa. Apenas com as ações e o posicionamento que ela teve, foi possível perceber que seu clown era uma menina ainda pequena e bastante tímida, podendo considerá-la como Augusto. Esses

dados que foram confirmados durante a descrição que cada participante fez de seu próprio clown.

Outra menina também participante da oficina assumiu durante a construção do personagem uma postura ereta, com peito estufado, nariz empinado, demonstrando autoconfiança e superioridade. Após abrir os olhos e quando lhe foi permitido falar, encontramos em sua voz um tom arrogante, sempre questionador, como se fosse dona do mundo. Ao descrever seu clown, ela compartilhou que ele era esperto e superior, por isso olhava para os outros de cima para baixo. Pelas descrições, pudemos confirmar o que já havia sido percebido antes mesmo da descrição do personagem, trata-se de um Branco.

Após as oficinas, um questionário foi aplicado aos 15 participantes, entre as respostas, duas se destacaram por revelarem a mesma perspectiva demonstrada no decorrer da pesquisa. A pergunta em questão era: “Você considera o clown um personagem que você interpreta ou ele é a extensão da sua personalidade? Por quê?”.

1. Resposta dada por H. da S. Z., de 41 anos: “Acredito que seria as duas situações, mas o nariz tem um efeito de transformar o H. em outra pessoa.”
2. Resposta dada por R. F. de 26 anos: “Ele é o que eu sou, mas não posso ser. É a parte que escapa, é o desajuste, os ‘lugares’ dentro de mim que não se encaixam no mundo de fora”.

Podemos, assim, afirmar que os elementos não-verbais são essenciais na hora de configurar o personagem cômico. Esses elementos dão suporte para a personalidade deste personagem, revelando quem ele é antes mesmo que seja necessário que seu criador o descreva.

## CONCLUSÃO

Neste trabalho, tivemos como objeto principal de estudo o clown ou palhaço, concebendo-o como um ser instintivo, que possui vontades próprias, desejos, temperamento e caráter. Ele permite ao ator que o vivencia a liberdade de ser o que deseja ser, não estando limitado a regras ou conceitos pré-estabelecidos pelo governo, pela sociedade ou por ele mesmo.

Na figura do palhaço, é possível enxergar a presença de elementos que contribuem para a sua comunicação ou que podem exclusivamente comunicar por si só, sem que seja necessária a utilização da fala.

Com o objetivo de compreender como acontece esta comunicação entre sujeitos em interação, analisamos alguns personagens cômicos presentes no discurso publicitário e na mídia. Identificamos seus elementos físicos e de seu contexto, como: figurino, maquiagem, gestos, expressões, cores, intenções, vontades, postura, com a intenção de encontrar nestes elementos mensagens a serem transmitidas.

Concluimos que comunicar ultrapassa limites colocados pela fala e pela escrita, pois a comunicação gera mudanças tanto em quem transmite, quanto em quem recebe a mensagem, visto que, ao acontecer uma interação entre pessoas, esta interação altera a forma de ver, sentir ou perceber algo, pois se coloca em comum com o outro aquilo que até então era particular.

Para isso, é necessário que haja elementos que deem suporte à fala ou que, além do suporte, tenham a função de, intencionalmente ou não, transmitir uma mensagem de forma individual, ou seja, por meio de elementos: como olhar, tato, postura, murmúrios, cores, volume e tom da voz, gestos, expressões entre outros.

O fato de estes elementos estarem a todo o momento presentes durante a atuação do personagem, torna difícil de se encontrar com clareza todos os objetivos de comunicação ou de interpretar todas as mensagens que estão sendo transmitidas,

assim, analisamos cada personagem de forma geral, utilizando de características marcantes e sempre presentes em cada sujeito.

Cumprimos todos os objetivos que havíamos proposto, uma vez que apresentamos dados reveladores dos personagens selecionados, sobretudo, a utilização dos recursos não-verbais durante a comunicação. Além disso, apontamos elementos presentes no personagem ou na cena em que um “eu” se faz presente sob a forma de personagem, onde a comunicação acontece sem que seja necessária a utilização da fala ou da escrita. Pela resposta do indivíduo em interação, é possível constatar que ele foi contagiado pela mensagem emitida pelo clown ou palhaço, sendo dessa forma bem compreendido.

Este trabalho foi muito importante para o aprofundamento deste tema, uma vez que permitiu compreender melhor as estratégias utilizadas pelo personagem cômico para se comunicar de maneira eficiente, mesmo que sem o uso da fala, mas utilizando todas as ferramentas da metacomunicação e da comunicação não-verbal na construção do personagem e na forma de interação com o outro.

Pelo exposto, verificamos que na comunicação do clown atuam tanto as manifestações verbais, quanto não-verbais, elementos conscientes e inconscientes. Assim, demonstramos a validade de nossa hipótese.

### 3 EXTRAS

#### ENTREVISTA

**Entrevistada:** Lana Sultani. Diretora, pesquisadora e professora. Formada pela École Phillippe Gaulier (Paris – França), fundou o grupo de teatro “Desajuste”, sediado em São Paulo. Participou de festivais Nacionais e Internacionais. Leciona a arte do palhaço, arte da máscara e jogos cênicos nesse mundo à fora.

**Entrevistadora:** Dayane de Oliveira Fernandes

1. Como tem sido o interesse das pessoas em relação à arte do palhaço/clown?

R: Sempre houve um interesse grande. Já perguntei a algumas pessoas o motivo e, geralmente, eles não conseguem explicar objetivamente. Parece que o arquétipo do palhaço/coringa/bufão é uma figura misteriosa, mas totalmente atraente.

2. Quando começou o trabalho do grupo Desajuste? Como surgiu o interesse por este projeto?

R: Após um período estudando e trabalhando na Europa, voltei ao país e comecei a ministrar aulas. Assim conheci atores bem interessantes e com eles começamos uma pesquisa na linha de trabalho que estava desenvolvendo. Essa experiência resultou no espetáculo “Mareados”, então fundamos o grupo Desajuste.

3. Atualmente, qual o número de integrantes do grupo e como tem sido a procura pelas oficinas?

R: Atualmente somos em 5 integrantes. A procura sempre foi intensa, às vezes, há lista de espera.

4. De forma pessoal, qual a experiência vivenciada com o grupo Desajuste, sendo em atuação ou oficinas foi mais marcante para você?

R: Não existe uma mais marcante porque sempre sou surpreendida pela beleza de cada participante nas aulas ou na plateia. Neste momento, me lembro de um participante (na aula da semana passada) que, com apenas uma bexiga na mão, deixou todos na sala boquiabertos com sua sensibilidade e potência criativa. Este participante sempre teve dificuldade em se mostrar e estava um pouco viciado em trejeitos cômicos. Foi uma grande surpresa, todos nós rimos por dentro e por fora.

5. Diante da perspectiva de que cada ser humano possui um clown dentro de si, como foi pra você o processo de nascimento e desenvolvimento do seu clown?

R: Houve o momento em que coloquei uma máscara de plástico vermelha pela primeira vez durante um workshop de palhaço. Mas acredito que o palhaço está comigo desde a placenta, esta figura é inerente à alma. É a própria alma, é a nossa essência.

Depois que tive a experiência desta aula, foi tudo natural e gostoso. Claro que já estava com 30 anos e um caminho longo de frustrações profissionais no teatro. Queria ser atriz, porém não tinha nenhum prazer em cena, meu corpo não desfrutava o texto ou as situações que as montagens propunham. Tudo isso foi alimento para minha vontade em ser livre e desenvolver meu próprio caminho de expressão. Decidi me alimentar mais e fui estudar com diversos professores de teatro, palhaço e corpo, no país e fora daqui.

6. Como a Lana Sultani se sente quando está em vivência de clown?

R: Desde 2008, não me expesso com a máscara vermelha na frente de uma plateia, mas uso essa linha de trabalho para as aulas que ministro e também para o desenvolvimento das montagens teatrais.

7. Em atuação você se diverte mais do que faz rir? Quem se diverte mais, a Lana ou o clown dela?

R: Eu me divirto muito nas aulas, nos ensaios e nas apresentações. Às vezes, os atores escutam minha risada lá da mesa de luz do outro lado do teatro.

8. Rindo se dizem grandes verdades. Como você utiliza a liberdade que o palhaço tem em poder fazer críticas à sociedade, ao governo, às autoridades?

R: Sim, a máscara é uma transfiguração. E para que se transfigurar? Para se ter liberdade. Assim podemos falar sobre o que desejamos e, normalmente, quando fazemos isso, há crítica. Colocamos uma máscara para tirar as nossas máscaras. Que alegria!

9. Durante o processo de desenvolvimento do seu clown, o que você identificou como semelhanças e diferenças entre o clown e a Lana Sultani?

R: É a mesma pessoa com um pedaço de plástico/látex no rosto. Só que em situação de liberdade. Fico mais atenta aos meus impulsos e vontades, escuto melhor meus sentimentos e não deixo a minha parte intelectual dominar o meu corpo.

10. Como é a experiência de poder levar pessoas a encontrarem e descobrirem seu próprio clown?

R: É o que mais tenho prazer em fazer em meus dias porque aprendo e construo com o outro.

11. Qual sua concepção pessoal em relação às diferenças e/ou às semelhanças dos termos “clown e palhaço”?

R: Para mim é a mesma coisa. É igual a cachorro-quente e hot-dog.

12. A comunicação utiliza diversos recursos além da fala. Diante da personalidade do seu clown, de quais recursos ele faz uso na hora de se comunicar? E como ele utiliza destes recursos? (Ex: Nariz empinado comunica um ser cheio de si, autoconfiante, etc.). Quais características existem no seu clown, ou recursos, acessórios objetos que ele utiliza que objetivam transmitir alguma mensagem a quem o vê? (sons corporais, acessórios, roupas, olhares, maquiagens, músicas, tom da voz etc.).

R: Busco, com todos os palhaços que trabalho em treinamentos ou montagens, o lugar onde eles ficam com mais prazer em comunicar. Pode ser um tipo de

roupa, um cheiro, ou mesmo uma dancinha com o pescoço. Mas sempre aviso que este lugar é como iogurte, estraga rápido.

O grande desafio em usar esta máscara é perceber como somos seres que estamos em transformação constante. Que temos que estar atentos a estas transformações, além de jogar fora o que não nos serve mais e assumir o que é novo.

13. Existe diferença entre palhaços de circo e palhaços de teatro?

R: Sim, a atuação do palhaço de circo tradicional tem função de cobrir o espaço entre a montagem e desmontagem de um número circense, como por exemplo, o trapézio. Outra função é utilizar o riso para aliviar a tensão causada pelos números, afinal eles sempre tratam o limite humano, o perigo entre vida e morte. O palhaço do teatro está lá com um espaço só dele, assim geralmente se desenvolve uma dramaturgia, uma história para ser contada.

14. O que o palhaço representa para você?

R: Liberdade

**Entrevistado:** Luis Augusto Brasil. Formado em Serviço Social na Unip, Campus de Assis/SP. Líder do grupo de médicos palhaços “Doutores do Bem”. O grupo atua no Hospital Regional de Assis e desenvolve trabalhos comunitários em eventos externos com crianças.

**Entrevistadora:** Dayane de Oliveira Fernandes

1. Sabemos que atualmente os palhaços de hospitais estão presentes em diversos lugares do país, sendo grupos grandes ou duplas cômicas. Em relação aos Doutores do Bem, quando este trabalho começou e como surgiu este projeto?

R: O trabalho começou em meados de 2009 por um grupo de amigos cristãos. Através de um grupo chamado terapia da alegria de Maringá, foi que o grupo se espelhou começando o trabalho no Hospital Regional de Assis.

2. Atualmente, qual o número de integrantes dos Doutores do Bem?

R: 12 pessoas

3. Como é o trabalho desenvolvido pelos Doutores do Bem e quais são seus objetivos?

R: Os Doutores do Bem é um grupo sem fins lucrativos que atua no H.R. de Assis há quase 5 anos. Os membros atuam como voluntários fazendo visitas nas terças das 19h às 21h, e aos sábados das 14h às 16h.

O nosso objetivo é promover a experiência da alegria como fator potencializado de relações saudáveis, por meio da atuação de palhaços voluntários, junto de pessoas hospitalizadas, intervenções culturais e territórios vulneráveis.

4. Acredito que com a diferença de realidades entre palhaços e hospitais, diversas situações podem ter impactado o grupo. De forma pessoal, qual experiência vivida foi marcante para você?

R: Estávamos na pediatria e no corredor ouvimos uma criança gritando de dor, normalmente, evitamos quando os enfermeiros estão em procedimento, mas naquele dia resolvi entrar, meus companheiros vieram comigo, alguns assustados, mas entraram. O enfermeiro e seu auxiliar estavam prestes a medicar a pequena criança com uma enorme injeção, e Manoela (nome fictício) ficou olhando para todos nós. Perguntamos o nome dela e ela respondeu normalmente, vimos que ela esperava algo de nós, ali começamos a nos apresentar falando nossos nomes de besteirólogos médicos, ela olhava e observava atentamente e os enfermeiros a medicando normalmente em seu braço. “Ela já se acalmou!”, afirmou o enfermeiro em tom suave, nós estávamos imitando alguns personagens como o rei Julian de Madagascar e quando perguntamos novamente: “O que você quer imitar?”, ela respondeu: “a Valéria do Zorra Total!” Ela imitou a personagem e quando percebeu os enfermeiros estavam indo embora afirmando: “Nem doeu nada!” Ali, percebi a valiosidade de fato do nosso trabalho. Foi emocionante!

5. Diante da perspectiva de que cada ser humano possui um clown dentro de si, como foi para você o processo de nascimento e desenvolvimento do seu clown?

R: Todos nós não vivemos sem a risada (o riso) ou nós rimos de alguém que nos faz rir ou fazemos alguém rir, uns mais tímidos e outros menos. O que importa é ser você a todo o momento, a diferença é que quando você é um clown (palhaço) e você fala algo sério, real, ninguém acredita, o que acaba tornando algo muito engraçado pra quem conta e muito mais pra quem ouve.

6. Como o Luis Augusto se sente quando está em vivência de Gudiguim?

R: A sociedade exige algo formal, regras, contas, hierarquias. Quando o Luis Augusto é o Gudiguim é o mesmo que estar livre de tudo isso, mas o Gudiguim também precisa estar relacionado com as formalidades, precisamos ser libertos para que haja harmonia.

7. Em atuação você se diverte mais do que faz rir? Quem se diverte mais, o Luis ou o Gudiguim?

R: Para mim, é mais prazeroso quem ri, ainda mais se for uma pessoa hospitalizada, ou seja, é dupla honra.

8. Rindo se dizem grandes verdades. Como você utiliza a liberdade que o palhaço tem em poder fazer críticas à sociedade, ao governo, às autoridades?

R: A maior verdade é a sinceridade, talvez, se nossos governos fossem mais sinceros, mais justos, haveria mais amor. Há muita falta de amor em nossa sociedade atual, grandes pessoas são aquelas que, de alguma forma, se doam para alguém que necessita. Hoje em dia, você é o que você tem, em outras palavras, se você não tem nada, você não é ninguém. Patch Adans afirma que a maioria dos médicos priorizava mais a doença do que a cura, ou seja, a cura era o próprio paciente. O amor é a arma mais poderosa em relação a qualquer governo.

9. Durante o processo de desenvolvimento do seu clown, o que você identificou como semelhanças e diferenças entre o Gudiguim e o Luis Augusto?

R: Semelhança: os dois são amorosos. Diferença: Um tem o nariz vermelho, o outro não, rs.

10. Existem características que só o clown de hospital possui?

R: Sim, o clown é ético, apesar de palhaço ele respeita.

10. Qual a concepção pessoal em relação às diferenças e/ou semelhanças dos termos “clown e palhaço”?

R: Clown: ético, amoroso, simpático, principalmente “puro”.

Palhaço: Extravagante, chato, apavorante.

Semelhanças: os dois querem extrair o riso, mas de diferentes formas de abordagem.

11. A comunicação utiliza diversos recursos além da fala. Diante da personalidade do seu clown, de quais recursos ele faz uso na hora de se comunicar? E como ele utiliza destes recursos? (Ex: Nariz empinado comunica um ser cheio de si, autoconfiante, etc.). Quais características existem no seu clown, ou recursos, acessórios e objetos que ele utiliza que objetivam transmitir alguma mensagem a quem o vê? (sons corporais, acessórios, roupas, olhares, maquiagem, músicas, tom da voz etc.).

R: Utilizo uma fala teórica como se fosse um médico ou um apresentador sério, utilizo a sobrancelha e as mãos, trazendo a atenção de todos sobre mim.

12. O que o palhaço/clown representa para você?

R: Um estilo de vida! Um hobby, como ouvir uma boa música!

## Referências

- ALVES, Rubem. **O palhaço**. 2006. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff0702200605.htm>>. Acesso em: 4 abril de 2013.
- AMARAL, Flávio. **Carlitos: a solidariedade em meio à fome, ao desemprego e à exclusão social**. Disponível em: <<http://www.piratinga.org.br/artigos/79-charleschaplin.html>>. Acesso em: 30 setembro 2013.
- ARÊAS, Vilma. **O sexo dos clowns**. In: revista Tempo Brasileiro nº104, 1991.
- BALANÇO DO ANO DE 2008. **Doutores da Alegria**. São Paulo: Doutores da Alegria, 2008.
- BALANÇO DO ANO DE 2009. **Doutores da Alegria**. São Paulo: Doutores da Alegria, 2009.
- BOCA LARGA: **Caderno dos Doutores da Alegria**. nº 2. São Paulo: Doutores da Alegria, 2006
- \_\_\_\_\_. **Caderno dos Doutores da Alegria**. nº 3. São Paulo: Doutores da Alegria, 2007
- \_\_\_\_\_. **Caderno dos Doutores da Alegria**. nº 4. São Paulo: Doutores da Alegria, 2008
- BASSI, Leo. **Leo Bassi, um palhaço engajado**. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/arquivo/arteelazer/2002/not20020805p6888.htm>>. Acesso em: 4 abril 2013.
- BOLOGNESI, Mário Fernando. **Palhaços**. São Paulo: Unesp, 2003.
- BORDENAVE, Juan E. Diáz. **O que é comunicação**. Brasiliense, 2006.
- BULIK, Linda. **Comunicação e teatro: por uma semiótica do Odin Teatret**. São Paulo: Arte & Ciência, 2001.
- CASA DO BRUXO. **Charles Chaplin Biografia**. Disponível em: <In: <http://www.casadobruxo.com.br/ilustres/chaplin.htm>>. Acesso em: 30 setembro 2013.

CHAPLIN, Charles. Disponível em: <<http://pensador.uol.com.br/frase/OTQzMg/>>.

Acesso em: 30 setembro 2013.

CINEPLAYERS. **O maskára.** Disponível em:

<<http://www.cineplayers.com/filme.php?id=478>>. Acesso em: 01 outubro 2013.

D'AMARAL, Márcio Tavares. **Filosofia da Comunicação e da linguagem.** Civilização Brasileira, Brasília. Instituto Nacional do livro, 1977. 136 p.

D'AMBROSIO, Oscar. **A máscara que sorri. Pesquisa desvenda o mundo dos palhaços.** Disponível em: <<http://www.unesp.br/aci/jornal/179/circo.htm>>. Acesso em: 4 abril 2013.

DIAS, Kadu. **McDONALD'S.** Disponível em:

<http://mundodasmarcas.blogspot.com.br/2006/05/mcdonalds-inveno-do-fast-food.html>.

Acesso em: 26 setembro 2013.

ENFERMARIA DO RISO. **Doutores da Alegria.** São Paulo: Doutores da Alegria, 2009.

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das cores em comunicação.** 5. ed. rev. ampl. São Paulo: Edgard Blücher Ltda, 2006.

FELLINI, Frederico. Sobre o Clown. O clown é como a sombra. In: **Fellini por Fellini.** Trad. Paulo Hecker Filho. Porto Alegre: LPM, 1974. p. 1-7.

FERRACINI, Renato. As setas longas do palhaço. In: **Revista Sala Preta.** São Paulo: PPGAC – USP. n.6, 2006.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo dicionário da língua portuguesa.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986. 1838 p.

**Filme “O Palhaço” Resumo e Crítica.** Disponível em:

<<http://www.musicaos.com.br/filme-o-palhaco-resumo-e-critica/>>. Acesso em: 02

outubro 2013.

FONTENELLE, Isleide Arruda. **O mundo de Ronald McDonald: sobre a marca publicitária e a socialidade midiática.** Disponível em:

<[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1517-97022002000100010](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-97022002000100010)>

Acesso em: 26 setembro 2013.

GEREMIAS, Daiana. **O ícone da maior rede de fast food de todos os tempos surgiu na década de 60 e fazia sucesso ao lado do Bozo.** Disponível em: <<http://www.megacurioso.com.br/bizarro/37160-ronald-mcdonald-era-assustador-quando-foi-criado-video-.htm>> Acesso em: 26 setembro 2013.

GOMES, Marcelo Batista. **A atuação de clown no teatro.** Uberlândia. Ouvir ou ver. 2011.

HOYOS, Rafael Eugenio Andrade. **Introdução à teoria da comunicação.** Assis: ILHPA/UNESP, 1986. 232 p.

JUSTO, Domenico. **Psicologia das Cores em Design de Logo.** Disponível em: <<http://www.designontherocks.xpg.com.br/psicologia-das-cores-em-design-de-logo/>>. Acesso em: 26 setembro 2009

LECOQ, Jacques. **Em busca de seu próprio clown.** Disponível em: <[http://www.grupotempo.com.br/tex\\_busca.html](http://www.grupotempo.com.br/tex_busca.html)>. Acesso em: 3 abril 2013.

MAGALHÃES, Ésio. Palhaço: profissão de risco. **Apostila** [s/a]

MASETTI, Morgana. **Soluções de Palhaços. Transformações na realidade hospitalar.** São Paulo. Palas Athenas. 1998

MATTOS, A.C. Gomes. **O Gordo e o Magro.** Disponível em: <<http://www.historiasdecinema.com/2010/12/o-gordo-e-o-magro-2/>>. Acesso em: 01 outubro 2013

**O significado do amarelo.** Disponível em: <<http://www.euroresidentes.com/portugues/cores-do-zodiaco/significado-amarelo.htm>> Acesso em: 01 outubro 2013

MONCAO, Paloma. **A influência das cores.** Disponível em: <<http://blog.wedologos.com.br/design/a-influencia-das-cores/>> Acesso em: 01 outubro 2013

SLAVUTZKY, Abrão. **A piada e sua relação com o inconsciente ou a psicanálise é muito séria.** Disponível em: <<http://www.oocities.org/hotsprings/villa/3170/Slavutzky.htm>>. Acesso em: 4 abril 2013.

SIMON, Cris. **10 mascotes que ajudaram a popularizar as marcas**. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/marketing/noticias/10-mascotes-que-ajudaram-a-popularizar-as-marcas?p=3>> Acesso em: 26 setembro 2013

SOUZA, Michael. **O máscara: dois homens em um totalmente distintos**. Disponível em: <http://vamosviraojogo.blogspot.com.br/2012/02/o-maskara-dois-homens-em-um-totalmente.html>>. Acesso em: 01 outubro 2013.

THOMPSON, James J. **Anatomia da comunicação**. Rio de Janeiro: Edições Bloch, 1973. 295 p.

VANOYE, Francis. **Usos da linguagem. Problemas e técnicas na produção oral e escrita**. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

VIANA, Francisco. **HERMES. A divina Arte de Comunicação**. São Paulo: Cla Editora, 2006. 128 p.

ZANCHETTA JR., Juvenal. **Conteúdos e didática de língua português e literatura**. Assis: Cultura Acadêmica. 2010.

WUO, Ana Elvira. **“Respeitável público...” Clown, um viajante do tempo**. Apostila. 2003