

## **Cartaz para divulgação de filme**

### **INTRODUÇÃO**

Antes do surgimento da imprensa, os enunciados espetaculares eram feitos oralmente. Contudo, depois de seu surgimento, houve a necessidade progressiva de expressar e enunciar visualmente. Com o propósito de satisfazer essa nova demanda, desenvolve-se o cartaz, através do aprimoramento de técnicas de produção e reprodução imagética. A xilogravura, a litogravura, a tipografia e a fotografia foram responsáveis por construir uma cultura visual capaz de conceber a criação e a percepção de mensagens por meio de imagens. No cartaz, a imagem tem o propósito de comunicar uma função não conhecida pelos espectadores. No caso do cartaz de cinema, a imagem revela a essência do acontecimento fílmico, sem desnudá-lo por completo.

O cartaz de cinema é signo do filme ao qual se refere. Assim, toda sua composição precisa estar de acordo com o enredo e a estética do seu significante. Na tentativa de estabelecer uma comunicação entre público e filme, o cartaz possui tipologias, que servem de código socialmente construído para apresentar aspectos fundamentais sobre o seu referente, como o gênero do filme. Na construção dessas tipologias, são utilizados os mais diversos recursos visuais, como cores e organização de elementos textuais.

A construção de uma linguagem e de uma estética próprias do cartaz faz com que ele seja mais do que um meio comunicador e sígnico que promove uma primeira relação entre público e filme, tornando-se um meio de expressão por si só, dotado de recursos particulares, sem se desvincular, contudo, do seu referente, que dá sua motivação de existência.

Os elementos textuais dos cartazes de cinema possuem importância na construção do imaginário fílmico pelo espectador. Estes elementos representam principalmente o título do filme e seu subtítulo, geralmente responsável por causar grande impacto semântico ao complementar a imagem utilizada no cartaz, além de poderem apresentar os prêmios adquiridos pelo produto fílmico e/ou os atores e demais pessoas de nome relevante envolvidas na produção do filme. Neste sentido, a palavra escrita constitui muitas vezes um fator persuasivo na divulgação da obra fílmica, visto que a participação de pessoas reconhecidas do público ou a detenção de prêmios importantes do meio cinematográfico atribuem maior valor à obra, sendo um atestado de sua qualidade e, portanto, atraindo espectadores.

No cartaz de cinema, portanto, coexistem uma *ação estratégica* (atrair público para o filme, atendendo aos interesses comerciais da indústria cinematográfica) e uma *ação comunicativa* (ser signo de um filme, primeiramente enunciando-o ao potencial público), que proporcionam complexidade à sua estrutura midiática.

Os cartazes concebidos num plexo de *ação estratégica* pressupõem que a *função essencial* do cartaz seria a de dotar o referente de atributos superiores à da sua própria existência como objeto. Enquanto que os cartazes concebidos num plexo de *ação comunicativa* pressupõem uma interpretação do "mundo vivido" ou dos objetos do mundo. (QUINTANA, 1995, p. 167)

Atualmente, com o avanço dos meios virtuais, o *trailer* tem adquirido grande importância na divulgação e enunciação de um filme, podendo ser uma ameaça à produção de cartazes. Ao contrário, os cartazes de cinema têm mantido sua fundamental relevância ao se revolucionarem. Além de apresentarem diferenças culturais e entre gêneros fílmicos, os

cartazes de cinema têm apresentado diversas versões para uma mesma produção cinematográfica. Os cartazes exibidos nas paredes dos cinemas são diferentes daqueles difundidos pela *internet*, visto que enquanto o tradicional cartaz de cinema precisa dar ao espectador uma grande quantidade de informações de forma sintética, o cartaz virtual é minimalista, contendo uma imagem representativa e pouco ou quase nada de informação textual (apenas o título do filme, o nome da personagem retratada na imagem ou a data de estreia). A quantidade de informações é reduzida devido ao poder do potencial espectador de pesquisar mais sobre o filme em meios *online*.

Como estudante de mídias e amante da sétima arte, creio que o cartaz de cinema seja um interessante objeto de estudo, visto sua relevância na comunicação entre obra fílmica e público. Assim, além de estudar seu valor enquanto signo e enquanto elemento enunciativo, produzir um cartaz para um filme de curta-metragem produzido pelos estudantes de Midialogia do segundo ano de graduação, surge como uma maneira de compreender a composição imagética e textual de um cartaz de cinema, além da sua relevância prática na divulgação de um produto cinematográfico. O desenvolvimento de um produto que possa ser divulgado tanto fisicamente quanto virtualmente também servirá para promover uma compreensão sobre as demandas comunicacionais de cada meio.

## **OBJETIVO**

### **Geral:**

Desenvolver o cartaz para divulgação de um filme de curta-metragem que está sendo produzido por estudantes da turma de 2014 do curso de Midialogia. O cartaz possuirá uma versão virtual, a ser divulgada *online*, e uma versão física, que será apresentada como produto.

### **Específico:**

#### **PRÉ-PRODUÇÃO**

1. Pedir autorização à equipe do curta-metragem para desenvolver o cartaz de divulgação do filme.
2. Procurar referências para o desenvolvimento iconográfico e textual do cartaz.
3. Discutir com um dos roteiristas, Beatriz Palermo, sobre as referências levantadas.
4. Discutir com o diretor de fotografia, Conrado de Moraes, a composição da imagem a ser utilizada no cartaz, dando especial atenção às cores, à distribuição de elementos e à iluminação.
5. Emprestar o CD de instalação do Photoshop com Luis Gustavo Sierra Rivera.
6. Instalar o Photoshop
7. Aprender a utilizar os recursos básicos do programa de edição.

#### **PRODUÇÃO:**

1. Durante a gravação, montar uma cena com o protagonista de acordo com a composição e as referências discutidas.
2. Produzir uma foto da cena montada.
3. Retocar por meio do Photoshop as cores e a iluminação da imagem obtida.
4. Distribuir os elementos textuais pela imagem por meio do Photoshop.

5. Finalizar a arte do cartaz.
6. Salvar a versão digital do cartaz.
7. Imprimir o cartaz.

## PÓS-PRODUÇÃO:

1. Publicar a versão digital do cartaz no grupo do Facebook destinado à equipe do curta-metragem.
2. Elaborar um relatório sobre o desenvolvimento do produto.
3. Publicar o relatório no Teleduc.
4. Apresentar em sala de aula o cartaz físico.

## METODOLOGIA

**Local:** A pré-produção e a pós-produção acontecerão tanto na Unicamp, em Barão Geraldo, quanto em minha casa, localizada em Campinas. Já a produção acontecerá em Indaiatuba, onde são feitas as gravações do curta-metragem, e em minha casa, localizada em Campinas.

**População envolvida na produção:** Majoritariamente, eu atuarei no desenvolvimento do produto, contudo, conto com a ajuda dos membros da equipe de produção do curta-metragem, principalmente a roteirista Beatriz Palermo e o diretor de fotografia Conrado de Moraes. Além disso, contarei com a ajuda de Luis Gustavo Sierra Rivera e outras pessoas que eventualmente possam me orientar na utilização do editor de imagem Photoshop.

**População-alvo:** O professor José Armando Valente, estudantes da disciplina CS106, potencial público do filme que venha a entrar em contato com o cartaz virtualmente ou fisicamente e pessoas envolvidas com produção audiovisual universitária.

### Ações:

## PRÉ-PRODUÇÃO

### **1. Pedir autorização à equipe do curta-metragem para desenvolver o cartaz de divulgação do filme.**

Durante uma das reuniões para discutir aspectos da produção do curta-metragem, pedir autorização aos integrantes da equipe de produção para desenvolver o cartaz de divulgação do filme. *Tempo estimado: 1 hora.*

### **2. Procurar referências para o desenvolvimento iconográfico e textual do cartaz.**

Obtendo autorização para a execução do produto, buscar referências que possam ser introduzidas na iconografia do cartaz de modo a conversem com o enredo do filme. *Tempo estimado: 3 horas.*

### **3. Discutir com um dos roteiristas, Beatriz Palermo, sobre as referências levantadas.**

Depois de fazer um levantamento das referências, discuti-las com o roteirista do filme, de modo a entender como estas conversam com o enredo e a buscar maneiras de encaixá-las na iconografia do cartaz. *Tempo estimado: 2 horas.*

### **4. Discutir com o diretor de fotografia, Conrado de Moraes, a composição da foto a ser utilizada no cartaz, dando especial atenção às cores, à distribuição de elementos e à**

## **iluminação.**

Tendo escolhido os elementos iconográficos de acordo com as referências levantadas, discutir com a diretora de arte como estes elementos podem compor o cartaz de modo a conversar com a estética do filme, além de estabelecer quais cores deverão ser utilizadas e como a iluminação deverá ser feita na construção da imagem do cartaz. *Tempo estimado: 2 horas.*

### **5. Emprestar o CD de instalação do Photoshop com Luis Gustavo Sierra Rivera.**

Para editar a imagem utilizada no cartaz, necessitarei do uso do *software* Photoshop, que será adquirido com meu colega de turma Luis Gustavo Sierra Rivera por meio do empréstimo de seu CD de instalação. *Tempo estimado: ½ hora.*

### **6. Instalar o Photoshop.**

Instalar o *software* Photoshop no meu computador pessoal por meio do CD emprestado pelo meu colega de turma Luis Gustavo Sierra Rivera. *Tempo estimado: 1 hora.*

### **7. Aprender a utilizar os recursos básicos do programa de edição.**

Antes de aplicar os recursos básicos do programa na imagem a ser utilizada no cartaz, entender como estes funcionam e experimentá-los aplicados em outras imagens, de modo a treinar a utilização dos mesmos. *Tempo estimado: 6 horas.*

## **PRODUÇÃO**

### **1. Durante a gravação, montar uma cena com o protagonista de acordo com a composição e as referências discutidas.**

Durante a gravação da sequência mais representativa do estado de espírito do protagonista, montar uma cena contendo os elementos escolhidos de acordo com as referências levantadas, seguindo a estética discutida com a diretora de arte. *Tempo estimado: 2 horas.*

### **2. Produzir uma foto da cena montada.**

Utilizando uma câmera fotográfica da equipe do curta-metragem, produzir uma foto da cena montada. *Tempo estimado: ½ hora.*

### **3. Retocar por meio do Photoshop as cores e a iluminação da imagem obtida.**

Utilizar o Photoshop para editar a imagem obtida, retocando a coloração e a iluminação, principalmente. *Tempo estimado: 3 horas.*

### **4. Distribuir os elementos textuais pela imagem por meio do Photoshop.**

Um cartaz geralmente é composto por informações visuais e textuais, assim, introduzirei por meio do Photoshop elementos textuais à imagem obtida, articulando estas informações. *Tempo estimado: 3 horas.*

### **5. Finalizar a arte do cartaz.**

Fazer últimos retoques no cartaz, organizando os elementos visuais e textuais. *Tempo estimado: 2 horas.*

### **6. Salvar a versão digital do cartaz.**

Salvar uma versão digital do cartaz, guardando este arquivo em meu computador pessoal e em um *pendrive*, de modo a utilizá-lo como base para a impressão da versão física do produto. *Tempo estimado: ½ hora.*

### **7. Imprimir o cartaz.**

Ir a uma gráfica e, por meio da versão digital do cartaz salva em um *pendrive*, imprimir a versão física do produto em papel de tamanho e gramatura adequados ao formato tradicional de um cartaz. *Tempo estimado: 1 hora.*

## **PÓS-PRODUÇÃO**

### **1. Publicar a versão digital do cartaz no grupo do Facebook destinado à equipe do curta-metragem.**

Utilizar o grupo “Curta Tempo”, criado para o diálogo entre os membros da equipe do curta-metragem, na rede social Facebook para disponibilizar a versão digital do cartaz aos integrantes da produção do filme, de modo que eles possam utilizar o produto quando for conveniente. *Tempo estimado: ½ hora.*

## **2. Elaborar um relatório sobre o desenvolvimento do produto.**

Elaborar um relatório contendo minhas observações e conclusões sobre o processo de desenvolvimento do cartaz. *Tempo estimado: 8 horas.*

## **3. Publicar o relatório no Teleduc.**

Tendo finalizado o relatório sobre o desenvolvimento do produto, publicá-lo no Teleduc. *Tempo estimado: ½ hora.*

## **4. Apresentar em sala de aula o cartaz físico.**

Apresentar em sala de aula no dia 15 de Junho de 2015 a versão física do cartaz desenvolvido como produto midiático. *Tempo estimado: ¼ hora.*

# **CRONOGRAMA**

## **PRÉ-PRODUÇÃO:**

	08/05	10/05	11/05	19/05	20/05	21/05
Pedir autorização à equipe do curta-metragem para desenvolver o cartaz de divulgação do filme	1 hora					
Procurar referências para o desenvolvimento iconográfico do cartaz		3 horas				
Discutir com um dos roteiristas, Beatriz Palermo, sobre as referências levantadas			2 horas			
Discutir com o diretor de fotografia, Conrado de Moraes, a composição da foto a ser utilizada no cartaz, dando especial atenção às cores, à composição de elementos e à iluminação				2 horas		
Emprestar o CD de instalação do Photoshop com Luis Gustavo Sierra Rivera					½ hora	
Instalar o Photoshop					1 hora	
Aprender a utilizar os recursos básicos do programa de edição					3 horas	3 horas

*Tempo estimado: 15 e ½ horas*

## **PRODUÇÃO:**

	23/05	25/05	27/05	29/05	30/05	01/06
Durante a gravação, montar uma cena com o protagonista de acordo com a composição e as referências discutidas	2 horas					
Produzir uma foto da cena montada	½ hora					
Retocar por meio do Photoshop as cores e a iluminação da imagem obtida		3 horas				
Distribuir os elementos textuais pela imagem por meio do Photoshop			3 horas			
Finalizar a arte do cartaz				2 horas		

Salvar a versão digital do cartaz					½ hora	
Imprimir o cartaz						1 hora

*Tempo estimado: 12 horas*

#### PÓS-PRODUÇÃO:

	30/05	06/06	07/06	11/06	13/06	14/06	15/06
Publicar a versão digital do cartaz no grupo do Facebook destinado à equipe do curta-metragem	½ hora						
Elaborar um relatório sobre o desenvolvimento do produto		2 horas	2 horas	2 horas	2 horas		
Publicar o relatório no Teleduc						½ hora	
Apresentar em sala de aula o cartaz físico							¼ hora

*Tempo estimado: 9 e ¼ horas*

#### REFERÊNCIAS

QUINTANA, Haenz Gutierrez. **Cartaz, Cinema e Imaginario**. 1995. 183 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Multimeios, Instituto de Artes, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1995.