

RELATÓRIO

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 enunciator, 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.

RESULTADOS

A análise do processo de elaboração, desenvolvimento e finalização do produto midiático se divide em três partes: pré-produção, produção e pós-produção.

PRÉ-PRODUÇÃO

Minha proposta de produto midiático foi produzir um cartaz para divulgação do filme de curta-metragem “Órbitas”, produzido por estudantes do terceiro semestre de Midialogia. Antes de colocar em prática o desenvolvimento do produto, pedi autorização da equipe de produção do curta para concretizar minha proposta. Todos aceitaram prontamente, apoiando o projeto, visto que ainda não havia uma identidade visual definida para o filme, sendo uma boa oportunidade para criá-la, e que o produto seria um importante recuso de divulgação.

Para desenvolver a iconografia do cartaz, conversei com uma das roteiristas, Beatriz Palermo, para compreender mais aprofundadamente o enredo do curta, buscando reconhecer elementos fundamentais que representassem sua temática e seu discurso. A partir disso, percebi que o cartaz deveria visualmente remeter ao universo, devido à temática existencialista e às referências sobre conceitos espaço temporais da Física no filme. Inicialmente eu mesma montaria e produziria a imagem do cartaz, mas havia uma cena muito significativa e visualmente estética, que representa o momento de entrelaçamento entre todos os personagens, sendo ela escolhida para ser retratada no produto. Assim, conversei com o diretor de fotografia Conrado Moraes, pedindo um *frame* da cena escolhida, de modo que pudesse utilizá-lo no cartaz. Uma vez enviado o *frame* por e-mail, conversei com o diretor de arte João Araújo sobre a composição do produto, planejando como a imagem seria trabalhada visualmente e articulada com os elementos textuais do cartaz.

A partir dessas discussões, busquei referências de outros cartazes para compreender a tipologia que seria aplicada ao meu produto. As principais inspirações foram os cartazes dos filmes “A História da Eternidade” (2014), “Kingsman” (2014) e “Saving Mr. Banks” (2013). A Figura 1 foi escolhida como referência devido à imagem do céu azul com o sol formando um círculo de luz, exibindo uma bela analogia com a íris do olho humano, inspirando o uso do *frame* como uma analogia à lua, assim como o uso do céu como plano de fundo. A Figura 2 serviu como inspiração por conta da articulação entre a imagem circular e a apresentação dos personagens em situações fundamentais do enredo, visto que o *frame* selecionado apresenta uma das personagens em um momento chave, havendo uma composição visual circular. A Figura 3 foi escolhida como referência por conta da composição dos elementos visuais e textuais, servindo de inspiração para a organização e articulação destes elementos no meu produto.

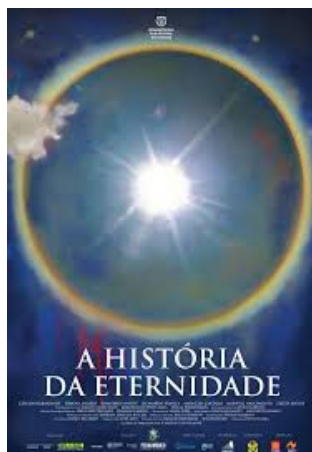


Figura 1 –

Cartaz do filme “A História da Eternidade”



Figura 2 –

Cartaz do filme “Kingsman”



Figura 3 –

Cartaz do filme “Saving Mr. Banks”

Para desenvolver o cartaz, seria necessário usar um editor de imagens. Assim, pedi o CD de instalação do *software* Photoshop para meu colega de turma Luis Gustavo Sierra Rivera. Assim, instalei o programa no meu notebook e pedi para que meu irmão, André Martho Domingues, me ensinasse a usar os recursos básicos do Photoshop. A partir disso, explorei tais recursos na própria imagem utilizada no produto durante algumas horas, até sentir segurança para montar o cartaz.

Nesta etapa da concepção do produto midiático, foi respeitado o prazo pré-estabelecido em muitas das ações realizadas, iniciadas no dia 08/05, mas houve grande atraso na realização das gravações e no envio do *frame* a ser utilizado, prorrogando algumas ações, como o aprendizado dos recursos básicos do Photoshop, que só foram retomadas no dia 05/06. Esse problema se deu devido à mudança de planos em relação a imagem a ser utilizada, optando por usar uma imagem das próprias gravações em vez de produzir uma imagem independente, ainda que não haja garantias de que o cronograma seria cumprido com a manutenção do planejamento inicial.

PRODUÇÃO

Havendo escolhido utilizar um *frame* da cena mais marcante do filme, rompi com a proposta de eu mesma montar e produzir uma imagem a ser utilizada no cartaz, fazendo a seleção da imagem passar da fase de produção para a fase de pré-produção, visto que a imagem influenciou outras etapas da primeira fase de concepção do produto midiático. Assim, já tendo obtido o *frame* da cena escolhida, comecei a etapa de produção editando no Photoshop a imagem. Para isso, decidi não usar puramente o *frame* da cena escolhida, visto é interessante como imagem em movimento, mas é pouco impactante e significativo como imagem estática. Desse modo, como mostrado na Figura 4, iniciei a montagem do cartaz delimitando o fragmento da imagem a ser utilizada, deslocando-o do seu contexto inicial, visando proporcionar uma nova dimensão ao significado da cena escolhida, sem denunciar os acontecimentos envolvidos, mas complementando-os.

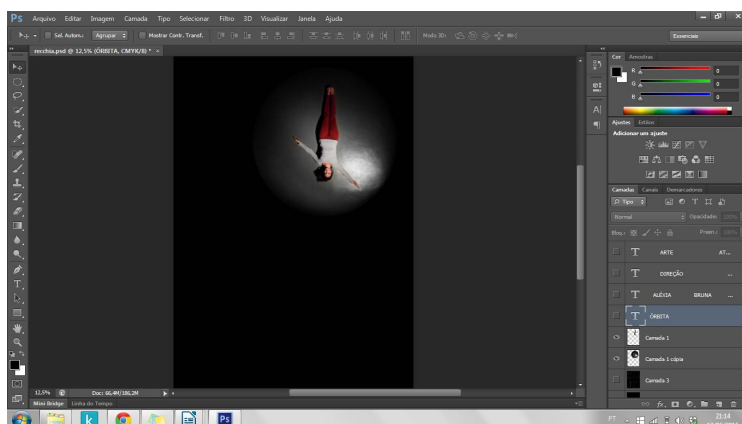


Figura 4 – Delimitação do fragmento utilizado da imagem da cena escolhida

Depois, como mostra a Figura 5, acrescentei um fundo de céu escuro estrelado, remetendo principalmente à cena final do curta, que mostra uma analogia entre o universo e o enredo do curta por meio da articulação entre linguagem visual e linguagem discursiva.

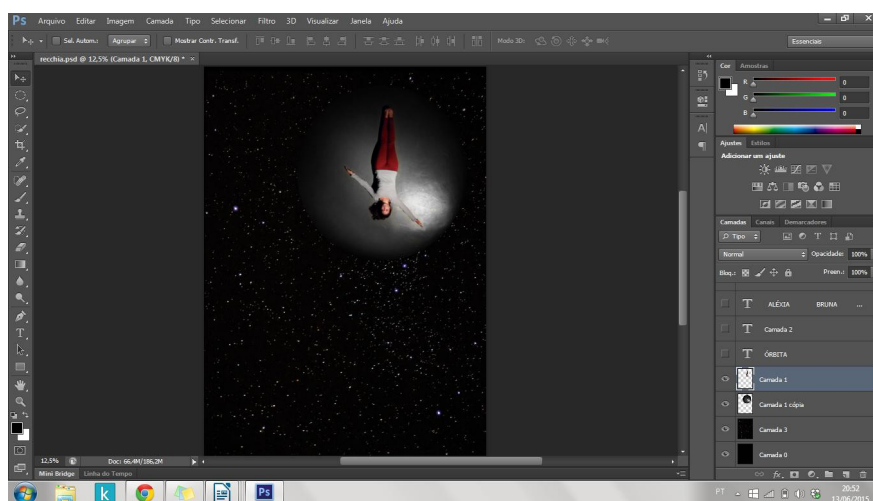


Figura 5 – Fundo de céu estrelado adicionado

Acrescentei os nomes e funções dos responsáveis pela produção do curta respeitando a organização da tipologia escolhida para o cartaz, passando a trabalhar na articulação dos aspectos visuais e textuais. Finalizei a arte do produto escolhendo a escala de cinza que colore os elementos textuais e retoquei as cores e iluminação do fragmento selecionado da imagem, tornando-o compatível ao fundo estrelado, como demonstrado na Figura 6.

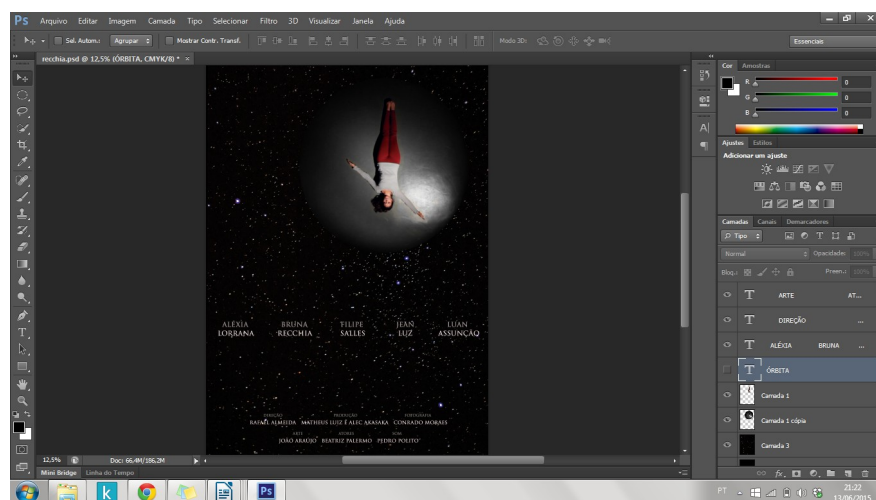


Figura 6 – Finalização da imagem e introdução dos elementos textuais em escala de cinza

Houve conflito entre os produtores para a escolha do nome do curta, sendo este elemento textual o último acrescentado ao produto. Para finalizar, aumentei a qualidade da totalidade visual que constitui o cartaz por meio da elevação da quantidade de *pixels*, tornando-o adequado à impressão. O resultado pode ser visto na Figura 7. A etapa de produção até esta ação de aumento da qualidade do cartaz enquanto imagem se deu entre os dias 06 e 11/06, sendo utilizado em torno de 1 hora e meia por dia.



Figura 7 – Cartaz finalizado

Salvei na nuvem eletrônica Dropbox uma versão digital do cartaz finalizado, no dia 11/06. No dia posterior, fui a uma gráfica, produzindo uma versão impressa do cartaz em formato A3, que demandou o orçamento de R\$5,20.

PÓS-PRODUÇÃO

Publiquei no grupo “Curta Órbitas”, destinado ao diálogo entre os integrantes do curta-metragem no Facebook, a versão virtual do cartaz, disponibilizando-o para ser utilizado na divulgação da produção filmica quando for conveniente.

A partir do desenvolvimento do produto, produzi um relatório, a ser disponibilizado no Teleduc, no dia 14/06, objetivando refletir sobre o processo de produção do cartaz e sobre o resultado obtido, reconhecendo a realidade de concepção de um produto midiático em comparação ao planejamento prévio do mesmo. Devido ao atraso no processo de produção do cartaz, precisei otimizar o desenvolvimento do relatório, realizando-o nos dias 13 e 14/06, utilizando em torno de 2 horas por dia. Uma versão virtual do cartaz será disponibilizada no Teleduc no dia 14/06. O cartaz físico será apresentado no dia 15/06 em sala de aula, para a disciplina CS106: Métodos e Técnicas de Pesquisa em Midialogia, visando compartilhar o resultado obtido com os alunos da disciplina e com o professor José Armando Valente.

DISCUSSÃO

Sendo o relatório um espaço de reflexão sobre o produto midiático trabalhado, a discussão será feita ponderando os pontos negativos e positivos que envolveram o processo de produção do cartaz.

PONTOS NEGATIVOS

A maior dificuldade para desenvolver o projeto foi encontrar a imagem correta a ser usada. Inicialmente, pensei em produzir uma foto eu mesma, visto que participaria das gravações como assistente de direção de atores e facilmente teria acesso ao elenco e aos materiais necessários à fotografia e montagem da cena. Contudo, percebendo o impacto visual e o valor simbólico da cena mais marcante do filme, decidi usar um *frame* desta cena para ser a imagem do cartaz. Contudo, devido ao atraso das gravações, a demora no envio do *frame* pela equipe de produção do curta e a ocorrência de imprevistos pessoais, atrasei imensamente meu trabalho, iniciando-o efetivamente, a partir do recebimento do *frame* da cena escolhida, apenas no dia 05/06, sendo que era para tê-lo iniciado por volta do dia 20/05. Felizmente, não houve grandes problemas em relação ao

aprendizado e aplicação dos recursos do Photoshop, tornando o trabalho de edição rápido e eficiente. Assim, mesmo possuindo um prazo curto para o desenvolvimento do produto, ele foi desenvolvido de forma satisfatória e tranquilamente dentro do período.

PONTOS POSITIVOS

Com o desenvolvimento do cartaz de cinema como produto midiático, objetivava aprender sobre a história, as funções e as tipologias desse material, fundamental para a divulgação de um produto cinematográfico e para a construção da identidade visual fílmica, passando muitas vezes despercebido, contudo. Nesse sentido, consegui cumprir meu objetivo e compreender esse recurso midiático de forma satisfatória, contribuindo para treinar meu olhar.

Aprendi a utilizar os recursos básicos do programa Photoshop, suprimindo uma necessidade que existia desde minha entrada no curso de Midialogia, além de impulsionar minha curiosidade por aprender mais sobre o *software*. Pretendo usá-lo nos trabalhos imagéticos que desenvolverei ao longo do curso e da minha produção pessoal.

O desenvolvimento do cartaz serviu também para me aproximar dos meus colegas de curso que participaram da produção do curta-metragem, devido ao apoio e à orientação que recebi deles. Participando das gravações e compreendendo como funciona o processo criativo e a construção de uma produção fílmica, também pude entender melhor a importância iconográfica do cartaz, planejando-o de maneira mais fiel à estética e ao enredo do curta.

Aprender a reformular o planejamento estipulado e a respeitar prazos estabelecidos foi um dos maiores aprendizados com esse projeto, visto que houve grande atraso. Creio que essa experiência permitirá que futuramente eu saiba lidar com imprevistos e consiga replanejar o desenvolvimento de projetos, respeitando seus prazos. Dessa forma, creio ter adquirido uma importante habilidade profissional.

CONCLUSÃO

Com o desenvolvimento do produto midiático, creio que meus objetivos foram atingidos, fazendo com que muitos proveitos fossem tirados dessa experiência, visto que pude compreender a linguagem específica do cartaz, aperfeiçoar minha expressão por meio de elementos visuais (atentando-me às possibilidades de uso de suas composições, cores e formas) e treinar meu olhar por meio da percepção das tipologias do meio midiático trabalhado. Além disso, aprendi a usar os recursos básicos do Photoshop, sendo esse contato com um dos principais editores de imagem atuais fundamental para muitos projetos que desenvolverei.

Com o atraso do processo de produção do cartaz, pude aprender a otimizar e replanejar o tempo disponível para desenvolver projetos, respeitando seus prazos.

Tendo feito um bom trabalho de construção da identidade visual do curta-metragem e de composição dos elementos visuais e textuais do cartaz, percebo grande possibilidade de dar continuidade ao meu projeto de produto, desenvolvendo como projeto pessoal mais cartazes, dessa vez estritamente virtuais, para o curta *Órbitas*, a pedido da equipe de produção do filme. Além disso, aplicarei meus conhecimentos adquiridos com a concepção desse produto em projetos futuros. O cuidado de desenvolver um cartaz capaz de atender às demandas do meio virtual e do meio físico de divulgação foi também um grande aprendizado que levarei para outros projetos, uma vez que compreendi melhor as demandas de estética e visibilidade de cada um dos meios.

REFERÊNCIAS

A HISTÓRIA da Eternidade. Direção de Camilo Cavalcante. Intérpretes: Claudio Jaborandy, Debora Ingrid, Irandhir Santos, Leonardo França, Marcélia Cartaxo, Maxwell Nascimento, Zezita

Matos. Roteiro: Camilo Cavalcante. Recife, 2014. Aurora Cinema e República Pureza (120 min.), son., color.

KINGSMAN. Direção de Matthew Vaughn. Intérpretes: Taron Egerton, Colin Firth, Samuel L. Jackson. Roteiro: Dave Gibbons, Mark Millar, Jane Goldman, Matthew Vaughn. Los Angeles: Marv Films, 2014. (129 min.), son., color. Legendado.

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

SAVING Mr. Banks. Direção de John Lee Hancock. Intérpretes: Tom Hanks, Emma Thompson. Roteiro: Kelly Marcel, Sue Smith. Los Angeles: Walt Disney Pictures, 2013. (122 min.), son., color. Legendado.