

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO
PROJETO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN

EVERTON VINICIUS NEVES VIEIRA

REDESIGN DO CARTAZ DO FILME "BASTARDOS INGLÓRIOS"

CARUARU

2017

EVERTON VINÍCIUS NEVES VIEIRA

REDESIGN DO CARTAZ DO FILME "BASTARDOS INGLÓRIOS"

Projeto de graduação de Design apresentado como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel em Design pela Universidade Federal de Pernambuco, no Centro Acadêmico do Agreste. Orientadora: Amanda Mansur Custódio Nogueira.

Caruaru, 2017

Catálogo na fonte:
Bibliotecária – Simone Xavier CRB/4 - 12

V658r Vieira, Everton Vinícius Neves.
Redesign do cartaz do filme Bastardos inglórios. / Everton Vinícius Neves Vieira. –
2017.
95f.; il. : 30 cm.

Orientadora: Amanda Mansur Custódio Nogueira.
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de Pernambuco,
CAA, Design, 2017.
Inclui Referências.

1. Artes gráficas. 2. Cartazes. 3. Tarantino, Quentin Jerome, 1963-. 4. Bastardos
inglórios (Filme). I. Nogueira, Amanda Mansur Custódio (Orientadora). II. Título.

740 CDD (23. ed.)

UFPE (CAA 2017-409)

EVERTON VINÍCIUS NEVES VIEIRA

REDESIGN DO CARTAZ DO FILME "BASTARDOS INGLÓRIOS"

Trabalho de Conclusão de Curso apresentada ao Curso de Design do Centro Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco para a obtenção do grau/título de bacharel/licenciado em Design.

Aprovado em: 06/12/2017.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a Amanda Mansur Custódio Nogueira (Orientador)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof^a. Verônica Emília Campos Freire (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof^o. Dr. Fábio Caparica de Luna (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

RESUMO

O presente estudo que se insere no domínio do Design Gráfico, é de natureza qualitativa, monodisciplinar e objetiva, e pretende analisar três cartazes dos últimos filmes do diretor norte-americano Quentin Jerome Tarantino. Pretende-se entender o por que das escolhas dos elementos dos cartazes, os critérios utilizados na elaboração de cada peça e seus padrões, para que seja possível desenvolver um cartaz alternativo pro filme Bastardos Inglórios. A pesquisa foi realizada à partir da análise dos cartazes do diretor em questão, estudando seus elementos. A seleção desses cartazes foi feita a partir dos seguintes critérios: Os filmes mais recentes que tiveram um apelo sobre a questão racial. As ferramentas de pesquisa utilizados foram imagens dos cartazes, e outros exemplos dos elementos que foram encontrados neles, porém em outros projetos gráficos, e ferramentas conceituais, como parâmetros de análise teóricos. Foi objetivo no estudo mostrar e explanar como foram utilizados os elementos gráficos na composição dos quatro últimos filmes de Quentin Tarantino e criar uma proposta para o filme Bastardos Inglórios por meio de uma metodologia onde se busca analisar as referencias com a intenção de criar limitações e pré-requisitos para o desenvolvimento do projeto, utilizando as Leis da Gestalt e referencias visuais do cartaz antigo.

Palavras-chave: Quentin Tarantino, Cartazes, Elementos gráficos, Bastardos Inglórios

ABSTRACT

This study, which is part of the Graphic Design field, is of a qualitative, monodisciplinary and objective nature and intends to analyze three posters of the latest films by the American director Quentin Jerome Tarantino. It is intended to understand why the choices of the poster elements, the criteria used in the elaboration of each piece and their patterns, so that it is possible to develop an alternative poster for Inglourious Basterds film. The research was carried out from the analysis of the posters of the director in question, studying its elements. The selection of these posters was made from the following criteria: The most recent films that have had an appeal on the racial issue. The research tools used were images of the posters, and other examples of the elements that were found in them, but in other graphic projects, and conceptual tools, as theoretical parameters of analysis. It was objective in the study to show and to explain how the graphical elements in the composition of the last four films of Quentin Tarantino were used and to create a proposal for the Inglourious Basterds film through a methodology where one looks for to analyze the references with the intention to create limitations and pre - requirements for the development of the project, using the Gestalt Laws and visual references of the old poster.

Keywords: Quentin Tarantino, Posters, Graphic Elements, Inglourious Basterds

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
2. A HISTÓRIA DO CARTAZ	14
2.1 O Cartaz.....	21
2.2 O design gráfico e o cinema	24
2.3 O cartaz cinematográfico	26
3. O CINEMA DE TARANTINO	32
3.1 Quentin Jerome Tarantino	32
3.2 Cães De Aluguel (<i>Reservoir Dogs</i>) (1992)	34
3.3 <i>Pulp Fiction</i> : Tempos De Violência (<i>Pulp Fiction</i>) (1994).....	35
3.4 Jackie Brown (<i>Jackie Brown</i>) (1997)	37
3.5 <i>Kill Bill</i> Vol. 1 (<i>Kill Bill</i> Vol. 1) (2003)	38
3.6 À Prova De Morte (<i>Grindhouse: Death Proof</i>) (2007).....	39
3.7 Bastardos Inglórios (<i>Inglourious Basterds</i>) (2009).....	40
3.8 Django Livre (<i>Django Unchained</i>) (2012).....	41
3.9 Os Oito Odiados (<i>The Hateful Eight</i>) (2015)	42
4. ELEMENTOS GRÁFICOS DA LINGUAGEM VISUAL	44
4.1. Diagramação e composição.....	45
4.2 ponto, linha e massa.....	46
4.3 Direção	47
4.4 Tipografia	47
4.5 Tipos móveis.....	47
4.6 Composição tipográfica	48
4.7 Cores	49
4.8 Tons.....	50
4.9 Textura.....	51
4.10 Escala	51
4.11 Dimensão.....	51
4.12 Contraste e Harmonia.....	52
4.13 Equilíbrio e instabilidade.....	52
4.14 Simetria e assimetria	52
4.15 Regularidade e irregularidade.....	52
4.16 Movimento.....	53
5. A FOTOGRAFIA NO DESIGN GRÁFICO	53
5.1 A relação entre a fotografia e os elemetos do cartaz.....	54

6. ANÁLISE DOS CARTAZES	56
6.1 Bastardos Inglórios (2009)	57
6.2 Django Livre (2015).....	59
6.3 Os Oito Odiados (2015)	62
7. INGLOURIOUS BASTERDS	64
7.1 Sinopse.....	65
7.2 Gestalt do cartaz.....	66
7.3 Diagramação e composição do cartaz	69
8. REDESIGN DO CARTAZ	77
8.1 Identificação da Necessidade	80
8.2 Definição do projeto	80
8.3 Referências Internacionais	80
8.4 Análise do Cartaz a ser Redesenhado	81
8.5 Estabelecimentos de Requisitos e Restrições do projeto	82
8.6 Concretização: Concepção gráfica do layout	84
9. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	92
REFERÊNCIAS	93

1. INTRODUÇÃO

Após o fim da segunda guerra mundial em meados de 1945, os designers procuraram por uma nova forma de expressão, e as imagens passaram também a transmitir não só uma informação crua, mas também ideias e conceitos que eram passados por meio dos elementos utilizados na criação dos cartazes. Essa nova receita da criação de cartazes foi influenciada por diversos movimentos artísticos do século XX. Por sua vez, os cartazes de filmes passaram a ser diretamente influenciados pelas tendências sociais da época em que foram confeccionados e mostram o desenvolvimento artístico da sua época, mesmo os cartazes de filmes sendo peças publicitárias, com a função primária de divulgar a película, neles habitam as características do diretor e sua estética, e, em grande parte devida a *Pop Art*, tais peças de tiragem estritamente industrial e feitas não por artistas, mas por designers e publicitários, passaram a ser ícones e a serem usados como objetos de decoração. A criação dessas 'imagens-conceito' passou a ser uma vanguarda importante dentro do design polonês, americano, alemão e cubano. Na Polônia, os cartazes do pós-guerra eram patrocinados pelas agências do governo através dos incentivos culturais da época. A forma dos cartazes nos Estados Unidos durante a década de 60 foi uma atividade de origem popular atenuada clima de militância social. O protesto público contra a Guerra no Vietnã entre outras causas civis, os primeiros avanços do movimento de liberação das mulheres e uma busca por estilos alternativos foram alguns dos acontecimentos que marcaram a época.

Na Europa por sua vez na mesma época até os anos 90, surgiu uma abordagem diferente dentro da área gráfica: a bricolagem. Os artistas costumavam distorcer, fazer sobreposições, e desconstruir imagens. Na época o design gráfico seguia um caminho oposto ao conservadorismo, eles acreditavam no processo de criação com imagens e elementos inesperados, passando a transmitir não só alguma informação, mas também ideias e sentimentos. Vários artistas da época aceitaram tais conceitos e aderiram para suas capas de discos, revistas, etc.

O objetivo deste trabalho é abordar de forma concisa e direta o motivo do uso, as características e as referências dos elementos gráficos dos cartazes impressos dos quatro últimos filmes do diretor Quentin Tarantino, que são: *À Prova de Morte*

(2007), *Bastardos Inglórios* (2009), *Django Livre* (2012) e *Os Oito Odiados* (2016) e desenvolver uma proposta de redesign de cartaz para *Bastardos Inglórios* por meio da metodologia projetual de Fuentes (2006), que tem como objetivo explorar aplicação prática das reflexões teóricas realizadas ao longo do trabalho.

Com isso, tendo base pesquisas em outros artigos, projetos e livros, foi desenvolvida ao longo desse trabalho uma análise dos elementos gráficos, do motivo do uso de tais elementos, os critérios na criação de cada peça e se existe um padrão na composição dos cartazes impressos dos principais filmes de Tarantino e o desenvolvimento de uma proposta para o cartaz do filme *Bastardos Inglórios*.

A partir de uma pesquisa teórica reflexiva, foi utilizado a técnica de pesquisa bibliográfica, que foi moldada a partir de livros e artigos referentes ao tema, com uma contribuição secundária de outros autores além dos que foram utilizados, para servir de complemento para a explicação dos elementos dos cartazes, tendo como ferramentas de pesquisa imagens existentes nas composições, e ferramentas conceituais, como parâmetros de análise teóricos.

Segundo Jung (2003), nos primeiros momentos do pós-guerra os designers perceberam que a ilustração tradicional não atendiam mais as necessidades da época e decidiram reinventar o conceito de comunicação visual para expressar ideias visuais mais complexas, fazendo um uso ainda maior das máquinas. Seguindo a mesma busca por novas formas de expressão, as décadas pós Segunda Guerra assistiram o desenvolvimento deste novo conceito de imagem conceitual dentro o universo gráfico. As imagens agora passaram a transmitir não a informação real, mas também ideias e conceitos que são passados por meio dos elementos utilizados na criação dos cartazes.

Ainda de acordo com Jung, essa nova maneira de fazer cartazes foi influenciada principalmente pelos movimentos artísticos do século XX, como as justaposições, a cor pura, livre da referência natural do expressionismo e ao fauvismo.

Por sua vez, os cartazes de filmes refletem as tendências sociais da época em que são feitos e testemunham o desenvolvimento artístico do momento. Mesmo sendo sabido que os cartazes de cinema são, segundo Jung (2003) em sua essência, peças publicitárias para atrair um determinado público para uma determinada sala

de cinema num horário específico, neles habita um processo de criação e de elementos característicos dos diretores dos filmes aos quais referenciam, criando assim muitas vezes uma espécie de sinopse visual do filme, e essa mistura de elementos diversas vezes criam composições tão bem resolvidas que acabam tornando-se tanto referência do diretor quanto seus filmes.

No desenvolvimento do trabalho serão analisados e estudados os elementos gráficos visuais encontrados nos cartazes oficiais dos três últimos filmes de Tarantino (*Bastardos Inglórios* (2009), *Django Livre* (2012) e *Os Oito Odiados* (2016)), definindo suas funções e os motivos que fizeram tais elementos serem optados pelo criador para um melhor entendimento do conceito para que se pudesse criar um cartaz alternativo que contivesse as características oriundas do autor das peças.

No decorrer do desenvolvimento foi procurado entender o motivo da escolha dos elementos que compõem cada uma das peças, sob quais critérios o autor submeteu a arte dos seus cartazes e se existe um padrão seguido na composição dessas peças gráficas.

Apesar de ser uma pesquisa sumariamente desenvolvida para abranger os conhecimentos na área do design gráfico, também existem impactos nas demais áreas.

O impacto econômico se dá pelo fato de que, depois da pesquisa e do estudo dos resultados, se poupará mais tempo e investimento pelo fato de saber quais elementos funcionam e quais elementos não funcionam, evitando erros. Socialmente o impacto da pesquisa implicará num maior tempo de vida de um cartaz, evitando assim o seu descarte precoce na natureza, agravando o quadro da poluição.

A cultura é um conceito amplo e que traz consigo contextos históricos, valores e percepções partilhadas que, no âmbito social, influenciam as interações coletivas (SANTOS, Fernanda de Oliveira, 2013). O impacto cultural no caso é bastante visível pelo fato das peças estudadas receberem influências de várias culturas e de movimentos artísticos, como a *Pop Art*.

Na questão educacional, foi estudada a metodologia utilizada pra criação dos cartazes para que assim se possa entender cada um deles com os seus elementos para assim chegar a um entendimento dos motivos pelos quais tais elementos foram utilizados.

No âmbito do design, mais especificamente do design gráfico, serão relatadas tanto as influências que cada cartaz sofreu de diferentes movimentos artísticos, quanto de grandes nomes do design gráfico, desde o surgimento dos cartazes na *Art Nouveau* com Toulouse-Lautrec, passando pela *Pop Art* e Bauhaus até os dias atuais.

Será mostrada informações científicas segundo padrões específicos, para buscar um mais claro entendimento, construído por três partes harmonicas, com começo, meio e fim, sem expor opiniões pessoais e usando subtítulos para organização dos componentes do trabalho.

E, por fim, no âmbito tecnológico serão analisadas as tecnologias que foram utilizadas ou simuladas nos cartazes, tanto de *softwares* quanto de tecnologias analógicas como a escrita, a fotografia e a pintura, por exemplo.

Com esse trabalho, procura-se mostrar e explanar como foram utilizados os elementos gráficos na composição dos cartazes impressos dos principais filmes de Quentin Tarantino até 2016 de forma que possa-se analisar cada composição individualmente, pesquisando as tendências da época em que cada cartaz foi confeccionado e como isso influenciou na composição para que assim possa-se identificar as referências de cada peça, por meio da metodologia projetual de Fuentes (2006)

No que diz respeito ao campo de atuação básico, esse trabalho segue a linha de pesquisa projetual, pois o que é apresentado no projeto tem o intuito de desenvolver uma peça alternativa com base na estética apresentada, resultando em um produto final.

Segundo resultados adquiridos, a pesquisa é teórica reflexiva, pois no projeto serão abordados e explicados os elementos presentes nos cartazes aos quais o trabalho se refere.

De acordo com os procedimentos empregados, foi analítica, pois os resultados das pesquisas feitas no projeto serão dados a partir da análise dos cartazes em questão. E, após a apresentação dos elementos presentes nas peças, será explicado o motivo do uso de cada um deles.

A pesquisa é interdisciplinar por natureza, por ser do área do Design, utilizando suas técnicas e referências.

Segundo a natureza dos dados, a pesquisa é de cunho objetivo, porque serão analisadas as peças e, a partir dali, serão discutidos os caminhos que o criador das mesmas usou para chegar em tais elementos.

O seu foco de interesse é qualitativo, pois apenas serão levantados os elementos dos cartazes dos filmes de um diretor específico, e não de todos os cartazes existentes desde o início da carreira do diretor de 1992 até 201, e seu grau de generalização de resultados, trata-se de um estudo de caso.

Foi feito o uso de um método de abordagem fenomenológico, pois não se baseia em lógica ou dados empíricos, as conclusões são tidas por meio das peças prontas, seguindo as três etapas fenomenológicas, que são: a observação do objeto, a descrição do contexto para que assim chegue-se a uma conclusão, seguindo um método de procedimento é funcionalista, pois será discutida a função das unidades responsáveis pela estruturação e a funcionalidade dos cartazes, que, no caso, serão os elementos gráficos encontrados em cada um.

Para o desenvolvimento desse projeto, foi feita uma pesquisa bibliográfica, a partir de outros livros e artigos como uma contribuição secundária de outros autores além dos usados, para servir de complemento para a explicação sobre os elementos que foram usados nos cartazes na pesquisa em questão.

Foi feita também uma análise de conteúdos referentes ao tema, com o objetivo de ampliar os conhecimentos sobre o desenvolvimento de cartazes e definir os elementos principais dos cartazes, registrar processos do desenvolvimento de cada um, definir para onde guiar a atenção do público, definir a hierarquia dos elementos a serem vistos, identificar interações entre os elementos e definir traços estilísticos do autor. Também foi feita uma observação assistemática para uma coleta de

informações mais superficial, que é o primeiro contato do público com o cartaz, tendo como instrumentos de pesquisa imagens dos cartazes e outros exemplos dos elementos encontrados neles, em outros cartazes ou outros projetos gráficos, mas em sua maioria serão ferramentas conceituais, como parâmetros de análise teóricos.

2. A HISTÓRIA DO CARTAZ

Os cartazes existem na nossa sociedade desde o século XV e até então vem cumprindo um papel importantíssimo na sociedade no que diz respeito a assuntos de seu interesse. Contudo, segundo Renan Sartori (2013), somente no século XIX que o cartaz começou a receber bem mais atenção, graças às novas técnicas de impressão que surgiram na época. Vários cartazes icônicos foram produzidos nessa época por Toulouse-Lautrec, Gustavo Doré e Daumier.

O meio de reprodução dos cartazes no século XIX era quase que exclusivamente tipografica, que era a mesma forma de impressão dos livros da época, feitos com tinta preta e às vezes possuíam alguma ilustração em xilogravura. (HOLLIS, 2001). Tal ilustração xilográfica era feita por meio de uma matriz, geralmente de madeira na qual era entalhada o grafismo desejado, e depois, colocando tinta somente na parte em relevo, dessa forma era possível reproduzir essa imagem inúmeras vezes, processo que se assemelha ao carimbo tradicional.

O surgimento da litografia, uma forma de impressão e reprodução mais avançado que a tipografia da época, que ao invés da madeira da xilo, usa uma pedra como matriz e o grafismo é desenhado nessa pedra com uma substância oleosa, e em seguida, a tinta é colocada sobre essa pedra, na qual irá se aderir somente a região oleosa da matriz. Com esse método de impressão, os artistas do século XIX puderam fazer suas criações com maior liberdade e fidelidade, sem as limitações que o método anterior impunha, dando características próximas às encontradas em pinturas a mão, e aumentando a qualidade estética do cartaz. (HOLLIS, 2001) Cada cor que era usada, necessitava de uma nova pedra gravada, mas todo esse esforço era recompensado com peças de cores vivas, bastante agradável aos olhos. Foi com esse método de criação, que *Sir John Millais* (1829-1896), notório pintor e ilustrador inglês, criou a peça *Bolhas*, em 1886.

Figura 01: *Bubbles*, de Sir John Millais, 1886



Fonte: <https://goo.gl/5iMT3U>

Durante a I Guerra Mundial, o design gráfico se estabeleceu como uma ferramenta extremamente importante, já que era o principal responsável por informar a população das áreas envolvidas, quanto aos procedimentos a serem tomados, e de informar sobre como estava o andamento dos conflitos através de peças gráficas. Ainda de acordo com Renan Jung (2013), para isso, eram utilizadas tipografias, ilustrações, legendas, e vários outros elementos gráficos para conseguir cumprir com esse objetivo, pois tais informações precisavam ser obrigatoriamente claras devido ao seu grau de importância. Tais cartazes foram de iniciativa dos governos das nações em guerra “para fazer propagandas e anúncios públicos e exortar os cidadãos a participar no esforço de guerra.” (HOLLIS, 2001 p28)

Segundo Renan (2013), o mais famoso e icônico cartaz com temática militar surgiu na época da primeira guerra, mais precisamente, em 1917, quando o artista norte-americano James Montgomery Flagg, criou seu auto-retrato, em forma de ilustração, com os dizeres "I Want YOU for U.S. Army" na parte inferior do cartaz. Essa peça ficou famosa nos Estados Unidos, onde mais de 4 milhões de cópias foram feitas pelo processo da litografia, e, anos depois, esse mesmo cartaz, foi reboote também foi utilizado na campanha da II Guerra Mundial. A simplicidade encontrada na arte do cartaz somada ao fator de intimidação e poder que a imagem do "Uncle Sam" transmite, apontando o seu dedo indicador para o receptor, torna o cartaz bastante famoso nos dias de hoje, existindo inúmeras releituras e sátiras e reforçando o fato do valor da vida útil de um cartaz até depois da sua época.

Figura 02: *I Want You for the U.S Army*, de James Montgomery Flagg, 1917



Fonte: <https://goo.gl/P1em2w>

Figura 03: *I Want You for the U.S Army, Enlist Now.* Artista Desconhecido, 1941



Fonte: *Library of Congress Prints and Photographs Division Washington, D.C*

<https://goo.gl/h5uDp5>

A Rússia, durante o período da sua Guerra Civil, foi o palco do nascimento de uma nova diretriz de cartazes, os pôsteres com temática política, criados principalmente pelos artistas Dmitri Moor e Viktor Deni.

Uma característica bastante peculiar nas criações de cartazes russos era a utilização de apenas duas cores, preto e vermelho, além do branco do papel. O vermelho, nesse caso, era como um símbolo revolucionário que ilustrava bandeiras, camisas e outros objetos de maior importância para o cartaz, enquanto o preto era a cor utilizada na estrutura principal do desenho." Renan Jung (2013)

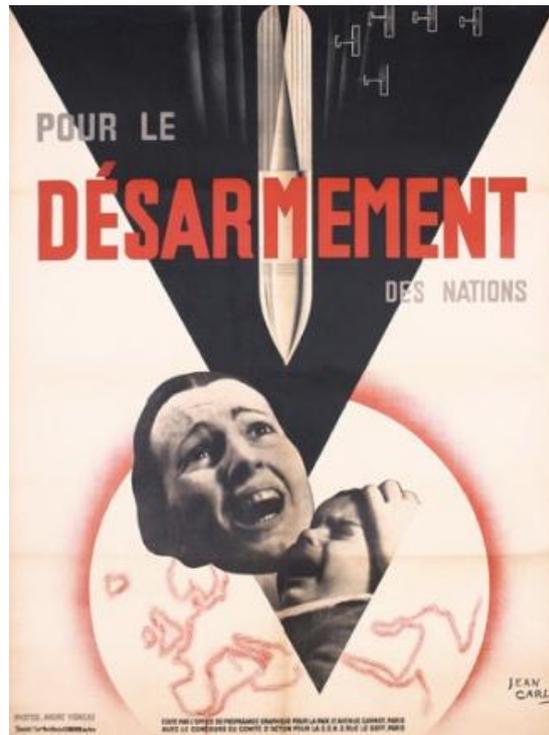
Algo que é de grande importância nos cartazes atuais, a montagem, ou "fotomontagem" na época, teve suas primeiras aparições em cartazes da Rússia, principalmente nos cartazes de El Lissitzki, arquiteto russo com formação alemã,

onde recebeu forte influência no que diz respeito ao design, com suas características construtivistas.

Contudo, ápice dos cartazes foi durante a II Guerra Mundial, onde o cartaz era um meio comunista para difusão de ideias e visões políticas presentes durante os conflitos. De acordo com Renan Jung (2013), na época as ruas ficavam tomadas por cartazes contendo as imagens dos inimigos sendo representadas por desenhos e ilustrações dantescas, enquanto os membros dos partidos políticos aliados eram representados como paladinos da justiça. Esse tipo de publicidade servia para intensificar e afirmar as crenças políticas do povo, além de tornar a imagem dos líderes algo agradável, trazendo assim uma superioridade ainda maior para eles.

Com a difusão da fotografia mudaram-se completamente a forma como as imagens eram produzidas, e com isso, a forma que se faziam cartazes. No ano de 1932, Jean Carlu, fundou o *Office de Propagande Graphique pour la Paix*, e lá criou várias peças gráficas utilizando a recém descoberta fotografia. O trabalho mais importante criado pela instituição em questão foi um cartaz utilizando na campanha a favor do desarmamento das nações.

Figura 04: *Pour Le Désarmement*, de Jean Carlu, 1932



Fonte: <https://goo.gl/kH5YkC>

A peça *Pour Le Desarmement* demonstra bem como a fotografia na época expunha as perversidades e atrocidades da guerra. Esse cartaz continha a fotografia de uma mulher segurando seu filho com as feições mostrando o pavor que a guerra causa até para quem não participa delas, e sobre elas, algumas ilustrações de aviões e bombas, que simbolizavam todo o estrago e atrocidades que aconteciam durante as guerras.

Jung (2013) diz que, no período da segunda grande guerra, os países aliados utilizaram os cartazes para mostrar seus pensamentos sobre o conflito, além de se utilizar dos recursos gráficos para menosprezar os inimigos. A imagem bastante caricata e peculiar do *fuhër* com sua franja, o seu bigode e o braço erguido com uma faixa, tornou-se o principal símbolo dos países do eixo, seus inimigos na guerra. Ai, recebeu destaque um artista da Grã-Bretanha chamado Abram Games, que tinha uma vasta experiência com a técnica da criação de cartazes de efeito.

Os cartazes além de informar dos feitos do exército, também tinham um caráter informativo, pois serviam para ensinar a qual seria a melhor forma de agir, caso

houvessem situações especiais ou inesperadas, como o recentemente famoso e popular cartaz “*Keep Calm and Carry On*”

Figura 05: Keep Calm and Carry On, 1939



Fonte: <https://goo.gl/EskQMn>

Ainda de acordo com Renan (2013) o cartaz “*Keep Calm and Carry On*” foi criada no final da década de 1930, pelo então governo da Grã-Bretanha como uma instrução, que seria utilizado apenas se a Alemanha conseguisse invadir o país. Devido a isso, só foi distribuída uma pequena tiragem do cartaz, embora a produção tenha sido de 2.500.000 de exemplares, devido a isso a peça não ficou tão conhecida na época, até o ano 2000, onde um exemplar desse cartaz foi encontrado em um sebo, o que o tornou internacionalmente famoso. Sua criação tornou-se domínio público, e é por isso que vemos tantas versões desse cartaz.

Com o fim da segunda guerra mundial, a Suíça tornou-se a vanguarda design gráfico e se tornou uma das maiores influências no design europeu. Foi lá que onde o termo *Neue Graphik* surgiu, ou "Novo Design Gráfico". Renan (2013) aponta que a maior

diferença entre a publicidade sueca da época em relação à norte-americana, é que nos Estados Unidos, os criadores das obras eram formados em comunicação, como diretores de arte, enquanto a Suíça já trazia designers como os criadores das artes. Siegfried Odermatt, foi um designer sueco que, convidado por Gerstner, citou princípios que passariam a guiar a publicidade na *Werk*, importante periódico sobre arquitetura na Suécia na época. Esses princípios eram: Chamar a atenção; Apresentação clara e objetiva do produto, serviço ou idéia; Apelo aos instintos do consumidor; Ficar na memória do consumidor o item anunciado. (HOLLIS, 2001) Note que um designer criou os princípios de comunicação.

2.1 O Cartaz

No eixo gráfico, uma das mais importantes e relevantes ênfases é o design editorial. Esse eixo, por sua vez, tem como principal função levar algum tipo de informação ao interlocutor, trazer ao observador alguma informação, antes de qualquer outra função que a peça venha a ter. Entre os inúmeros projetos que podem ser realizados dentro do design editorial, está o cartaz. Esse, como dito anteriormente, foi e ainda é muito importante para a comunicação atualmente, já que serve como intermédio para mensagens da sociedade para os indivíduos. Mas o que é o cartaz?

O cartaz é em sua essência uma peça publicitária, exibida em uma formatação visual e composta por elementos gráficos, imagens e/ou textos, com o intuito de passar a informação sobre algum interesse comum. Esta peça gráfica pode ser utilizada das mais diversas formas, em muros, paredes, veículos automotores, painéis, e no ponto de venda, dependendo do intuito da peça (SAMPAIO, 2003).

A ideia central do cartaz é que seu público terá acesso a ele em uma área pública, facilitando assim a sua visualização por um grande número de pessoas. Dessa forma, o cartaz interage com o público de forma orgânica e espontânea, precisando apenas de milésimos de segundos para ser percebida, e de alguns segundos para serem compreendidas. Segundo Moles(1974), “A imagem é percebida quase que imediatamente no cartaz. De fato, a visão da imagem se faz totalmente clara em cerca de 1/5 de segundo;” (MOLES, 1974 p23). E podemos observar a grande

quantidade de cartazes nas cidades todos os dias graças a essa habilidade, e é por isso que existem tantos cartazes, pela sua capacidade de passar informações rapidamente.

Um cartaz moderno será, pois, uma imagem em geral colorida contendo normalmente um único tema e acompanhado de um texto condutor, que raramente ultrapassa dez ou vinte palavras, portador de um único argumento. É feito para ser colado e exposto à visão do transeunte. (MOLES, 1974, p.44)

Para Moles (1974), essa absorção das informações de um cartaz acontece em um período ainda menor, aproximadamente 1/10 de segundo. Mas esse tempo não é grande o suficiente para o receptor compreender as informações que estão na peça. Esse entendimento se dá em aproximadamente 1/5 de segundo, caso dependendo do tema do cartaz. Mas, para a absorção total do conteúdo, se dá em dois segundos, tempo suficiente para que o público consiga entender e, memorizar o conteúdo do cartaz. Moles (1974), em seu livro "O Cartaz", define os cartazes como uma "mensagem da sociedade ao indivíduo", e que, dependendo do tamanho da repetição dos cartazes, em diferentes lugares, a peça vai sendo absorvida em partes pelo receptor, e no fim, acaba se constituindo um elemento da sua cultura. E a grande chave do sucesso dos cartazes é essa repetição das peças, conseguindo transmitir sua mensagem de uma forma positiva, ou, por sua vez, torná-lo um fracasso, passando uma mensagem negativa e representando de forma fraca o produto ou a mensagem que ele está passando, causando uma impressão distorcida e prejudicando a imagem que deveria ser passada ao público. O cartaz também tem a habilidade de construir uma falsa cultura individual, por meio dos seus slogans e frases, assim como em outras formas de comunicação que atinge um grande público. O cartaz pode ter seu conteúdo comentado por meses, até perder a sua força e cair no esquecimento, esse intervalo de tempo no qual o cartaz ainda é relevante compreende sua vida útil. Um cartaz bem sucedido, que cumpriu sua função, é a peça que teve sua vida útil que compreende algumas semanas ou meses, ou que até passam desse período, onde os elementos das peças ainda conseguem ser compreendidas, antes de ter seus elementos desgastados pelo tempo ou pelo descuido. A construção do cartaz acontece em um suporte, que geralmente é papel que possui uma boa gramatura, que após passar por algum

meio de gravação da mensagem é afixado em locais de fácil acesso aos espectadores, garantindo que a sua mensagem seja lida.

A função dos cartazes não se resume apenas em trazer informações sobre um novo produto ou serviço. Sua importância transcende sua função, conforme foi estudado por Moles (1974), e depois classificada por ele em seis funções principais:

A primeira função, conhecida por todos, é a primeira função que se pensa quando pensamos em qual é a função do cartaz, que é a função de transmitir alguma informação, anunciar alguma coisa ao público, onde o espectador é informado sobre determinado assunto.

A segunda função do cartaz é a de executar a propaganda de alguma coisa. No caso dessa função, o cartaz serve como um fator de argumentação, tentando convencer um cliente em potencial sobre algum produto. O cartaz também precisa ser claro, logo, tem um caráter expressionista. Procura “expressar algo do real mais que o real”. (MOLES, 1974)

Ainda para Moles (1974) a terceira função do cartaz, está a sua finalidade educadora, uma vez que, o cartaz busca uma comunicação entre um organismo e a grande massa social. Ele busca passar algumas informações entre um e o outro, realizando assim uma espécie de educação.

A quarta função do cartaz diz respeito a sua função ambiental, o que é um pouco controverso, já que o cartaz faz parte da paisagem e muitas vezes da poluição visual urbana. Porém para Moles (1974) na maioria das vezes, essa função não é pensada no momento em que a peça gráfica está sendo criada, acabando por tirar essa função das mãos do designer que está criando o cartaz, porque ele não consegue visualizar as condições do ambiente onde o mesmo será afixado pois não é passada para ele tais informações, deixando então a cargo das pessoas que farão a distribuição desses cartazes no perímetro urbano, ambientar e criar uma paisagem urbana através dessas peças.

A função estética, segundo Renan Jung (2013) é a quinta função e diz que a peça gráfica possui a mesma propriedade das poesias: a de dizer mais do que ele diz

literalmente. Ele cria várias interpretações de conotação individual e diversas vezes podem trazer a tona imagens gravadas na memória do indivíduo, variando de acordo com a bagagem de cada um. Segundo Moles (1974) Esse valor estético acontece por meio da forma como os elementos estão dispostos na peça gráfica. As cores, formas, a tipografia, o meio em que as palavras estão dispostas, os contrastes e as formas artísticas do mesmo. Para Jung (2013) são esses fatores que são responsáveis por agradar ou não o seu observador, dependendo totalmente do gosto pessoal de cada um, fazendo com que o receptor deixe de lado o seu sentido e passe a aceitar o valor desse cartaz.

A última função do cartaz mostrada por Moles (1978), é a sua função criadora. É possível que essa seja uma das funções mais importantes, ou a mais importante de um cartaz, já que o cartaz é, por assim dizer, uma arma do capitalismo e é responsável por criar desejos nas pessoas e depois transformar esses desejos em necessidades, fazendo funcionar o mecanismo do consumo. Essas peças conseguem por sua vez alienar uma parcela da população, que costumam ser mal vistas por uma parcela menos influenciável.

E, por fim, mesmo que acabe a vida útil das peças e os cartazes acabassem saindo de circulação uma hora ou outra, essas peças ainda teriam uma função social: ficarem contidos em pastas pessoais ou como objetos de decoração em casas, como aconteceu (e ainda acontece) na *Pop Art*, se tornando itens de coleção e abrilhantando os olhos de pessoas seguidoras da cultura cumulativa.

2.2 O design gráfico e o cinema

Com os cartazes, a transmissão das informações que o designer quer passar necessita ser ainda mais eficiente, pois serve como ligação para mensagens da sociedade para indivíduos. Segundo Renan Jung (2013), esse meio de se comunicar é bastante antigo, tendo seu início em meados do século XV e foi recebendo um maior destaque, a partir do século XIX. Foi nesse ponto onde o cartaz passou a ser um dos principais meios de comunicação de ideias e produtos entre os indivíduos. Além disso, foi bastante importante para governos, empresas e artistas, sendo fator

de contribuição pro crescimento intelectual da sociedade. Como observado por Jung (2013), hoje em dia o cartaz, mesmo não tendo o mesmo destaque de outrora, ainda tem sua função nesse processo de comunicar ideias, e, está presente em praticamente todas as áreas da sociedade.

Partindo desse pressuposto, para Jung (2013), o designer gráfico deve utilizar toda a sua capacidade criativa e cognitiva para tornar a construção do cartaz o mais atrativo possível aos olhos do receptor. De acordo com Hurlburt, a “criatividade representa uma luta constante para atingir o equilíbrio entre sua expressão própria e as considerações racionais da comunicação visual, impostas de fora.” (HURLBURT, 1999). Com base nessa afirmativa, o designer não pode, passar um sentimento pessoal ao cartaz que ele está criando, tirando a ligação de qualquer opinião ou lembrança que ele obteve sobre a película que está retratando. Ele deve, por outro lado, passar a imagem da veracidade e credibilidade no trabalho realizado, transmitindo apenas a informação real sobre o filme, obtida através do *briefing* com o cliente em questão.

Como também citado por Jung (2013), uma tendência caracterizada nos últimos anos na criação de cartazes é a utilização de referências e estilos antigos, combinando-os com a tecnologia moderna, para a criação de peças únicas e com personalidade própria, que possuem um apelo estético bastante evoluído e bem definido. Entretanto “para chegar a uma mistura bem sucedida entre o antigo e o novo, é essencial entender quando e onde surgiu a fonte de inspiração.” (RAIMES, 2007). Com isso, não é de grande valia possuir conhecimento do passado, observar formatações antigas, e aplicá-los em trabalhos atuais, sem ter conhecimento sobre as técnicas e movimentos que marcavam a época em questão. Essa análise e entendimento das técnicas e dos layouts antigos facilitam a criação e auxiliam a atingir um resultado com muito mais eficácia, se comparado com um simples layout “feito por cima” de um clássico e aplicado em um trabalho atual, sem um conhecimento e embasamento prévio.

2.3 O cartaz cinematográfico

O cartaz “[...] nasceu da vontade de difundir o anúncio impresso e o cartaz publicitário [...] do texto que se desejou ilustrar [...]” (MOLES, 2004, p.21), logo, foi uma das primeiras uma das principais formas de se fazer publicidade em veículos impressos. Se entende que o cartaz, em grande maioria, tem o suporte sendo o papel, fixado em lugares públicos ou privados, e, às vezes exposto no mesmo local onde se dispõe o produto vendido na peça, como os cartazes de cinema. (CESAR, 2009). O cartaz é denominado como pôster quando utilizado para indicar peças artísticas (pôsteres de bandas e filmes) e são reconhecidos pelo seu apelo estético. O cartaz cinematográfico, mais especificamente o pôster de filme, une duas funções, tanto a função artística quanto a informativa, oriunda dos cartazes publicitários, ou seja, é uma combinação gráfica entre imagens e texto, funcionando assim como um cartão de visita do filme.

Sabendo que a função primária do cartaz cinematográfico é promover o filme ao qual se refere com a intenção de convencer o espectador a consumir aquele filme, a mensagem da peça gráfica deve ser colocada de tal maneira que o público compreenda com facilidade. Mais que comunicar, o cartaz precisa agradar o público, transcender a significação e criar uma área estética para dar valor a obra, explorando as cores e formas, palavras e imagens, contrastes e suavidades (MOLES, 2004).

Segundo Jung (2013), o primeiro cartaz para cinema datado foi criado na França, por *Jules Chéret* em 1890, para divulgar o filme curta-metragem *Projections Artistiques*. Em 1926, Heinz Schulz-Neudamm, designer gráfico da Alemanha criou o cartaz do filme *Metropolis*, de 1926, e a importância desse cartaz é grande, porque *Schulz-Neudamm*, era um designer contratado pela *Universum-Film Aktiengesellschaft*.

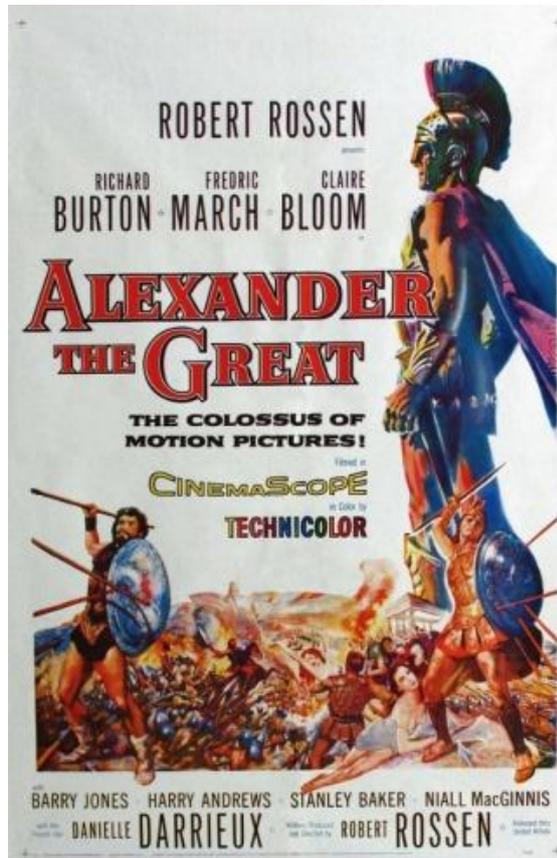
Figura 06: *Metropolis*, de Schulz-Neudamm, 1926



Fonte: <https://goo.gl/CetULs>

Em meados da década de 20, a Alemanha estava em uma fase *art deco*, que passava uma sensação positivista, que tudo acabaria bem. Segundo Jung (2013), uma sensação de otimismo era passada, embora, no caso do cartaz de Schulz-Neudamm, O que se passa a primeira vista é uma ideia futurista, e por ter uma figura humanóide, mas não humana, um futuro onde os robôs poderiam tomar o lugar dos humanos. Após seu trabalho na *Universum-Film AG*, ele foi responsável por diversas peças de cartazes cinematográficos, trabalhando para diversas produtoras (inclusive americanas). Entre seus cartazes mais famosos para filmes de Hollywood, está o cartaz de *Alexander, the Great*, de 1956.

Figura 07: *Alexander, the Great*, de Schulz-Neudamm, 1956



Fonte: <https://goo.gl/rfgjSK>

De acordo com Jung (2003) também durante a mesma época, um diagramador alemão chamado Jan Tschichold tornou-se bastante conhecido pela sua influencia na divulgação da nova tipografia, além do fato de que ele era o elaborador dos princípios elementares para criações tipográficas. Tschichold também foi responsável por diversos trabalhos na área gráfica da produção de cartazes de filmes pois ele desenvolvia uma técnica de composição bastante singular, utilizando-se dos seus conhecimentos na área da diagramação e seguindo seu método.

O primeiro cartaz criado por ele foi para *Laster der Menschheit*, um drama estrelado pela atriz Asta Nielsen. Segundo Hollis (2001), nesse cartaz, ele utilizou uma técnica

bastante contemporânea, que se tornou senso comum até os dias atuais que é fazer uso de uma foto de um personagem principal na peça:

Figura 08: *Laster der Menschheit*, de Jan Tschichold, 1927



Fonte: <https://goo.gl/mupXEx>

Quando vemos o cartaz, não podemos deixar de ter uma sensação de perspectiva e de uma projeção da foto da atriz, como uma projeção em uma sala de cinema, como observa Jung (2013) e o título do filme, segue a mesma perspectiva apresentada na imagem da atriz Asta Nielsen, a perspectiva da projeção simulada. Tais características nos seus projetos mostram a preocupação de Tschichold em criar elementos gráficos nos cartazes que remetessem ao próprio teor do que se tratava a peça, característica essa que está presente também hoje em muitos trabalhos gráficos de outros designers. Assim, além do anúncio fonético do nome do filme, e de outras características, essa imagem também contribui para o entendimento do receptor com relação ao filme, já que a mesma apresenta a natureza do filme que está representando.

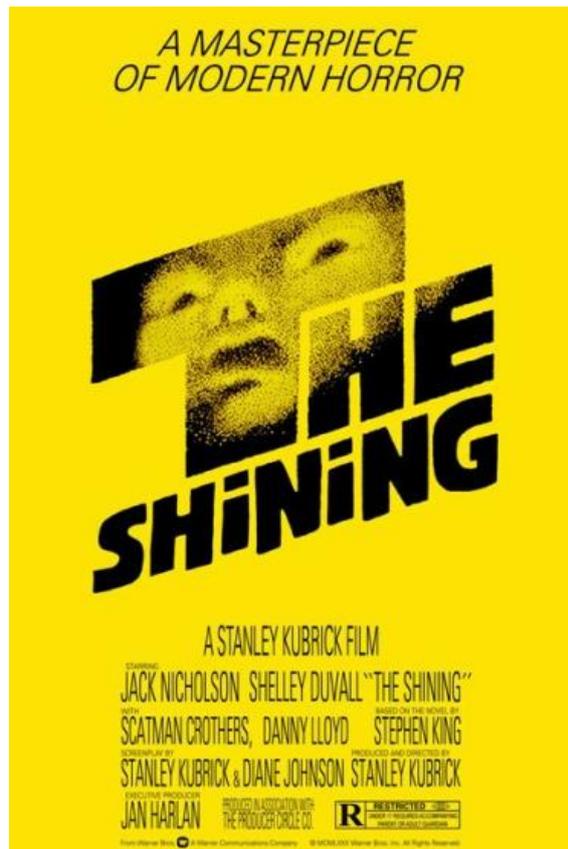
Outro designer de grande impacto no cinema, como aponta Silvio Pena (2013) é o Saul Bass. Designer e cineasta que trabalhou entre 1950 até 1980, mais conhecido como designer gráfico no cinema e em trailers, área na qual é considerado um mestre da área. Além de trabalhar com Otto Preminger, também fez trailers de filmes para grandes cineastas de Hollywood, como Alfred Hitchcock, Stanley Kubrick e Martin Scorsese.

Segundo Silvio (2013) seu trabalho mais conhecido foi os créditos iniciais em animação de papel recortado do filme, dirigido por Otto Preminger, *The Man with the Golden Arm*, de 1955.

Bass estudou no *Art Students' League* em *New York* e depois no Brooklyn College. Ele trabalhou como aprendiz na área artística do escritório da *Warner Brothers Studio* em NY. O seu trabalho era ajudar a criar cartazes de cinema.

Ele começou a interessar-se pela idéia de design da escola Bauhaus depois que leu o livro "*The Language of Vision*" (1944), de Gyorgy Kepes. No que diz respeito a cartazes de cinema, ele acreditava que em vez de fazer referências a todas as cenas significantes do filme, um cartaz deveria apresentar apenas uma ideia do filme que cativaria a imaginação. Vemos a presença do método *bauhausiano* em várias de suas obras.

Figura 09: *The Shining*, de Stanley Kubrick, 1980



Fonte: <https://goo.gl/xF61zo>

Segundo Silvio Pena (2013), a peça segue uma linha diretamente ligada às ideologias de design de *Bauhaus*. Não existem grandes grafismos na peça, apenas um lettering com o nome do filme centralizado de uma forma assimétrica em preto sobre um fundo amarelo, com um rosto aterrorizado em pontilismo vazado, mostrando uma face aterrorizada, que passa ao receptor uma ideia de pânico, uma emoção que o filme promete passar. Na peça, mais que vender o filme, ele está vendendo expectativas.

3. O CINEMA DE TARANTINO

3.1 Quentin Jerome Tarantino

Quentin Jerome Tarantino nasceu em Knoxville, no Tennessee, EUA. Filho de Tony Tarantino, um ator e músico nova-iorquino natural da Itália e de Connie McHugh, uma enfermeira do Tennessee. Quentin mudou-se com sua mãe para Torrance, California, quando ele tinha quatro anos.

Em janeiro de 1992, o primeiro filme de Tarantino, *Cães de Aluguel* (1992) apareceu no *Sundance Film Festival*. O filme foi aclamado pela crítica Tarantino virava uma lenda. Dois anos depois, ele seguiu o sucesso do primeiro filme com *Pulp Fiction: Tempo de Violência* (1994), premiado no festival de Cannes, ganhando o *Palme D'Or Award*. No *Academy Awards* de 1995, o qual ganhou o prêmio de melhor fotografia, diretor e melhor roteiro original. Ainda em 1995, Tarantino dirigiu 1/4 da antologia *Grand Hotel* (1995) com seus amigos e escritores Alexandre Rockwell, Robert Rodriguez e Allison Anders. O filme estreou 25 de dezembro nos Estados Unidos e obteve críticas muito baixa. O próximo filme de Tarantino foi *Um Drink no Inferno* (1996), um filme que ele dirigiu e participou com George Clooney. (IMDB)

Desde então, Tarantino encabeçou filmes aclamados pela crítica e que obtiveram um ótimo retorno financeiro, como *Jackie Brown* (1997), *Kill Bill: Volume 1* (2003), *Kill Bill: Volume 2* (2004), *Bastardos Inglórios* (2009), *Django Livre* (2012) e *Os Oito Odiados* (2016).

Tratando-se de ter uma característica marcante, partindo de um princípio autoral, é possível comparar Tarantino aos cineastas mais aclamados do cinema como Alfred Hitchcock, pois do mesmo modo que Hitchcock levava o cinema como um tipo de linguagem e não apenas uma história a ser contada (JORGE, 2013). Mesmo que os

filmes de ambos não tenham nada em comum, ambos seguem um estilo autoral bastante influenciado pelo cinema norte-americano por contar histórias de uma forma envolvente, quanto ao cinema modernista de Godard, com o expressivismo dos planos. Porém existe algo bastante carecterístico no estilo de Tarantino que está ligada apenas ao fato de tratar o cinema como uma linguagem, mas pelo fato de ver o cinema através da abundância de citações à história dessa linguagem. Se Alfred Hitchcock parecia mais interessado em mostrar o psicológico dos personagens dos seus filmes por meio do desenvolvimento da história do que em contar uma história de suspense, e, segundo Jorge, a motivação maior de Tarantino aparenta ser mostrar o quão amplo é o seu conhecimento de cinema e de *cult movies*, e aí sua atenção à história específica do meio como linguagem.

"Seu estilo autoral fundamentado no seu exibicionismo cinéfilo, dirige-se tanto ao conhecimento erudito, identificado aqui ao ato da citação, quanto ao prazer descompromissado, o que possibilita que seus filmes sejam lidos simultaneamente no código do conhecedor de cinema e no do *middle-brown*." (JORGE, 2013 p. 102).

Normalmente para alguns críticos e a grande maioria dos espectadores, os filmes de Quentin Tarantino são mais famosos e atraem o público pela quantidade de violência que o filme produz, um dos maiores diferenciais dos roteiros do cineasta é o vigor das suas obras. Se for feita uma análise do roteiro de seus primeiros filmes, vemos que eles retratam histórias que todos nós já vimos antes (assaltos a joalherias, como é o caso de *Cães de Aluguel*, por exemplo). Tanto é que o próprio Tarantino já definiu suas histórias como sendo "as mais velhas que o cinema já viu". E a grande sacada do diretor foi contar essas histórias já manjadas com uma liberdade narrativa que nunca foi vista antes, como por exemplo os flashbacks e a forma não-linear que ele conta suas histórias.

3.2 Cães De Aluguel (*Reservoir Dogs*) (1992)

Figura 10: Cartaz *Reservoir Dogs* (1992)



Fonte: <https://goo.gl/UvioBu>

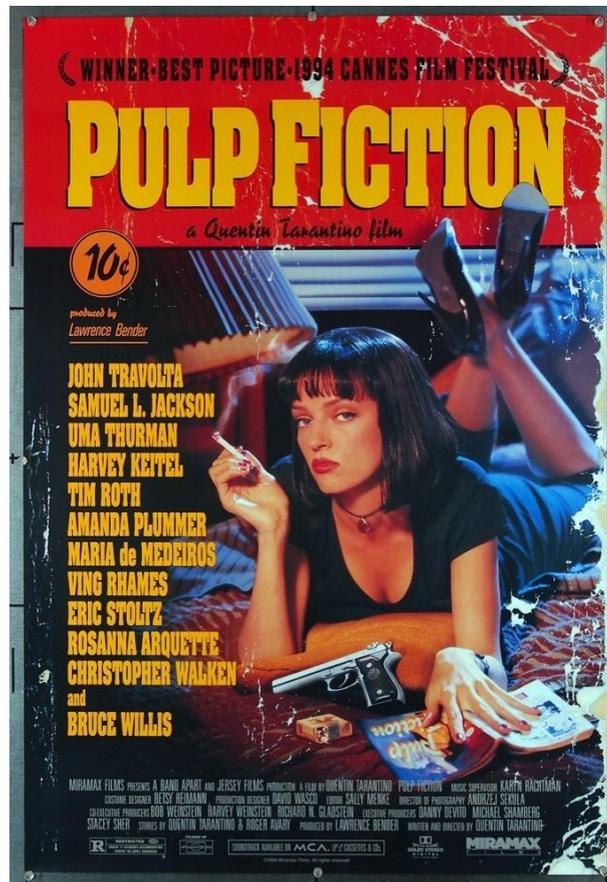
O primeiro filme da carreira do diretor Quentin Tarantino já se inicia com uma obra sem grandes expectativas e sem grande verba e que ganhou tanto ao público quanto a crítica especializada de 1992: Cães de Aluguel.

O filme conta a história de Joe Cabot (Lawrence Tierney), um experiente criminoso que reuniu seis bandidos para um grande roubo de diamantes, mas estes seis homens não sabem nada um sobre os outros e cada um utiliza uma cor como codinome. Porém durante o assalto algo saiu errado, pois diversos policiais

esperavam no local. *Mr. White* (Harvey Keitel) levou *Mr. Orange* (Tim Roth), que na fuga levou um tiro na barriga e morrerá se não tiver logo atendimento médico, para o armazém onde tinha sido combinado que todos se encontrassem. Logo depois chegou *Mr. Pink* (Steve Buscemi), que está certo que um deles é um policial disfarçado e eles precisam descobrir quem os traiu. Em um clima de acusações mútuas a situação fica cada vez mais insustentável.

3.3 *Pulp Fiction*: Tempos De Violência (*Pulp Fiction*) (1994)

Figura 11: Cartaz *Pulp Fiction* (1994)



Fonte: <https://goo.gl/vd3ccT>

Em decorrência da conquista da palma de ouro no festival de Cannes em 1994 e o Oscar de melhor roteiro original, “*Pulp Fiction*: Tempo de Violência” foi, segundo a Revista FAMECOS (1997) p. 124 instantaneamente elevado a categoria de cult movie, sendo referência para inúmeras obras do gênero e mais uma vez fazendo

uso da não-linearidade, mas de uma forma mais "confusa" que o antecessor "Cães de Aluguel".

O segundo filme e o mais aclamado do diretor conta a história de dois personagens centrais, o Vincent Vega (John Travolta) e Jules Winnfield (Samuel L. Jackson), dois assassinos profissionais que trabalham fazendo cobranças para Marsellus Wallace (Ving Rhames), um poderoso gângster. Vega é forçado a sair com a garota do chefe, temendo passar dos limites; enquanto isso, o pugilista Butch Coolidge (Bruce Willis) se mete em apuros por ganhar luta que deveria perder.

A trama se desenvolve de uma forma não-linear, contando a história de cada personagem separadamente, e, como cada história se passa em um momento diferente do filme, nos deparamos diversas vezes com personagens em diferentes situações das quais ainda não fomos introduzidos pela história, deixando o espectador sempre preso ao filme.

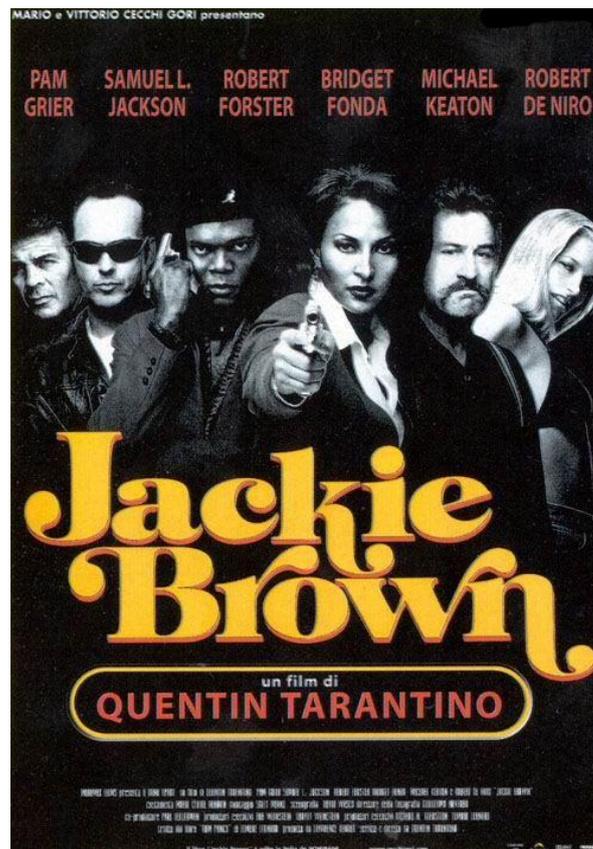
"Like Citizen Kane, Pulp Fiction is constructed in such a nonlinear way that you could see it a dozen times and not be able to remember what comes. It doubles back on itself, telling several interlocking stories about characters who inhabit a world of crime and intrigue, triple-crosses and loud desperation."

EBERT, Roger. CINEMANIA 97 CD-ROM.

Microsoft Corporation. Redmond, 1996.

3.4 Jackie Brown (*Jackie Brown*) (1997)

Figura 12: Cartaz *Jackie Brown* (1997)



Fonte: <https://goo.gl/RWFzXx>

No seu terceiro filme, Tarantino toma mais distância dos conceitos do gênero de crime e *gangsters* de que foi utilizado em sua obra anterior, optando por "uma abordagem realista do cotidiano e do tempo presente que desmistifica o crime, apresentado-o como mais uma atividade lucrativa e rotineira da sociedade capitalista." Revista Design em Foco, 2006. O crime é dissociado da psicopatia, da loucura, e é apresentado como uma atividade certamente ilegal, mas comum, nada excepcional.

O filme narra a história da comissária de bordo (Pam Grier) que trafica dinheiro para os Estados Unidos, a mando de um vendedor de armas. Quando dois policiais oferecem um acordo para que ela entregue o bandido, a mulher decide dar a volta em todos os envolvidos, com um olho na liberdade e outro numa mala cheia de dinheiro.

3.5 *Kill Bill* Vol. 1 (*Kill Bill* Vol. 1) (2003)

Figura 13: Cartaz *Kill Bill* Vol.1 (2003)



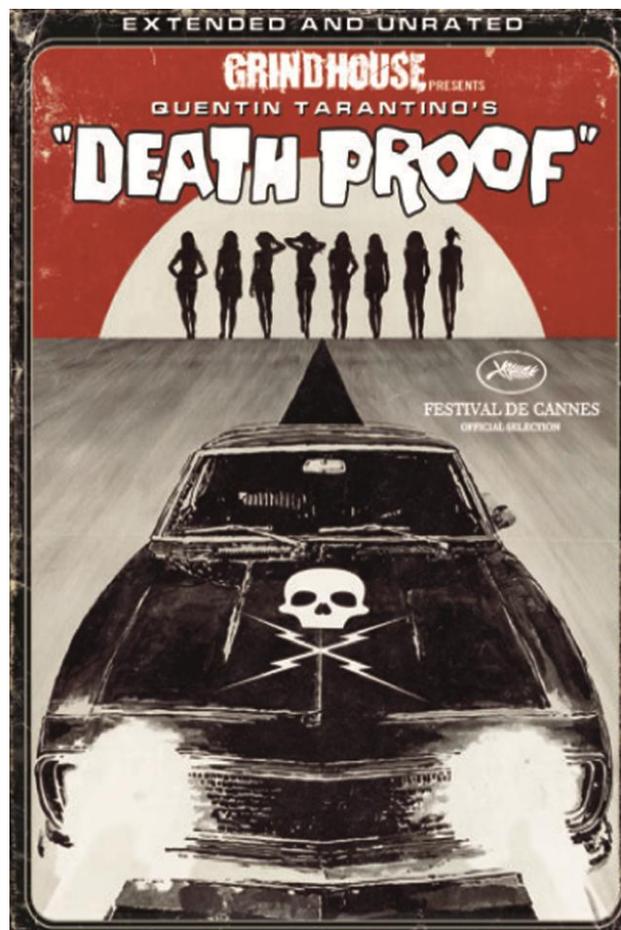
Fonte: <https://goo.gl/uf82Eg>

Sendo dividido em dois volumes cheios de sangue e referências aos filmes de kung-fu das décadas de 60 e 70, o filme conta a história de uma noiva (Uma Thurman) uma perigosa assassina que trabalhava em um grupo, liderado por Bill (David Carradine), composto principalmente por mulheres. Grávida, ela decide escapar dessa vida de violência e decide se casar, mas no dia da cerimônia seus

companheiros de trabalho se voltam contra ela, quase a matando. Após cinco anos em coma, ela desperta sem um bebê e com um único desejo: vingança. A Noiva decide procurar, e matar, as cinco pessoas que destruíram o seu futuro, começando pelas perigosas assassinas Vernita Green (Vivica A. Fox) e O-Ren Ishii (Lucy Liu).

3.6 À Prova De Morte (*Grindhouse: Death Proof*) (2007)

Figura 14: Cartaz A Prova de Morte (2007)



Fonte: <https://goo.gl/5aZFvG>

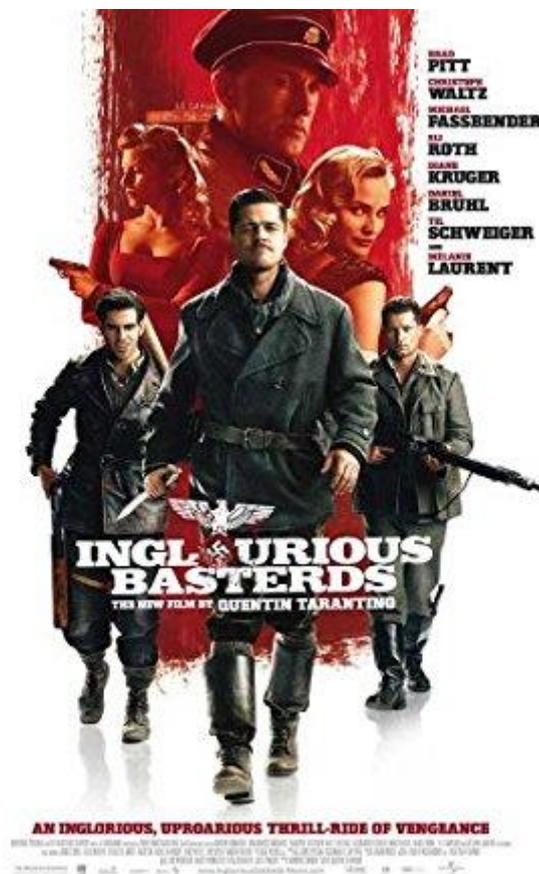
Sendo a segunda parte de *Grindhouse* (projeto de Tarantino e Robert Rodriguez), o filme foi uma homenagem, de acordo com Mário Abbade (2007) aos filmes de terror dos anos 70 que eram exibidos nos Drive-In's, que eram produções de baixo

orçamento que abusavam da exploração de violência, sexual, drogas, monstros e etc. Esses filmes eram conhecidos por se apoiarem muito mais nessas explorações que no enredo em si.

O filme conta a história de Jungle Julia (Sydney Tamiia Poitier), a DJ mais sexy de Austin, pode enfim se divertir com as suas duas melhores amigas. As três garotas saem noite adentro, atraindo a atenção de todos os freqüentadores masculinos dos bares e boates do Texas. Mas nem toda a atenção é inocente. Cobrindo de perto seus movimentos está Stuntman Mike (Kurt Russell), um rebelde inquieto e temperamental que se esconde atrás do volante do seu carro indestrutível.

3.7 Bastardos Inglórios (*Inglourious Basterds*) (2009)

Figura 15: Cartaz Bastardos Inglórios (2009)



Fonte: <https://goo.gl/Byz6WP>

O filme se passa no cume da 2ª Guerra Mundial. A França está ocupada pelos nazistas. O tenente Aldo Raine (Brad Pitt) é o encarregado de reunir um pelotão de soldados de origem judaica, com o objetivo de realizar uma missão suicida contra os alemães. O objetivo é matar o maior número possível de nazistas, da forma mais cruel possível. Paralelamente Shosanna Dreyfuss (Mélanie Laurent) assiste a execução de sua família pelas mãos do coronel Hans Landa (Christoph Waltz), o que faz com que fuja para Paris. Lá ela se disfarça como operadora e dona de um cinema local, enquanto planeja um meio de se vingar.

3.8 Django Livre (*Django Unchained*) (2012)

Figura 16: Cartaz Django Livre (2012)



Fonte: <https://goo.gl/z4ybCS>

O primeiro filme de gênero quase *Western* e segundo filme de época do diretor Quentin Tarantino conta a história de Django (Jamie Foxx) que é um escravo liberto cujo passado brutal com seus antigos proprietários leva-o ao encontro do caçador de

recompensas alemão Dr. King Schultz (Christoph Waltz). Schultz está em busca dos irmãos assassinos Brittle, e somente Django pode levá-lo a eles. O pouco ortodoxo Schultz compra Django com a promessa de libertá-lo quando tiver capturado os irmãos Brittle, vivos ou mortos.

Ao realizar seu plano, Schultz libera Django, embora os dois homens decidam continuar juntos. Desta vez, Schultz busca os criminosos mais perigosos do sul dos Estados Unidos com a ajuda de Django. Dotado de um notável talento de caçador, Django tem como objetivo principal encontrar e resgatar Broomhilda (Kerry Washington), sua esposa, que ele não vê desde que ela foi adquirida por outros proprietários, há muitos anos.

A busca de Django e Schultz leva-os a Calvin Candie (Leonardo DiCaprio), o dono de "*Candyland*", uma plantação famosa pelo treinador Ace Woody, que treina os escravos locais para a luta. Ao explorarem o local com identidades falsas, Django e Schultz chamam a atenção de Stephen (Samuel L. Jackson), o escravo de confiança de Candie. Os movimentos dos dois começam a ser traçados, e logo uma perigosa organização fecha o cerco em torno de ambos. Para Django e Schultz conseguirem escapar com Broomhilda, eles terão que escolher entre independência e solidariedade, sacrifício e sobrevivência.

3.9 Os Oito Odiados (The Hateful Eight) (2015)

Figura 17: Cartaz Os Oito Odiados (2015)



Fonte: <https://goo.gl/6NJ7h6>

O oitavo filme de Tarantino é possivelmente um dos mais importantes de sua carreira, porém não supera a personalidade de *Cães de Aluguel* e nem a narrativa impecável de *Pulp Fiction*, mas essa porém é a sua obra mais poética. Nesse filme Tarantino saiu da sua zona de conforto. Fica claro o refinamento no *storytelling* e não se apoiou tanto no que ele já fez antes, mas buscou algo mais original, com uma narrativa que culmina várias histórias simultaneamente em um só ponto.

O filme conta a história do carrasco John Ruth (Kurt Russell) que durante uma nevasca está transportando uma prisioneira, a famosa Daisy Domergue (Jennifer Jason Leigh), que ele espera trocar por grande quantia de dinheiro. No caminho, os viajantes aceitam transportar o caçador de recompensas Marquis Warren (Samuel L. Jackson), que está de olho em outro tesouro, e o xerife Chris Mannix (Walton Goggins), prestes a ser empossado em sua cidade. Como as condições climáticas pioram, eles buscam abrigo no Armazém da Minnie, onde quatro outros desconhecidos estão abrigados. Aos poucos, os oito viajantes no local começam a descobrir os segredos sangrentos uns dos outros, levando a um inevitável confronto entre eles.

4. ELEMENTOS GRÁFICOS DA LINGUAGEM VISUAL

Os elementos visuais são o que constituem a parte mais relevante de uma peça, pois são compostos por um elemento visível, uma "linha", que por sua vez forma a linha conceitual (WONG, 2010). Já os elementos básicos são os que constituem a base visual de qualquer obra. Entender estes elementos visuais é o primeiro passo para se compreender a peça.

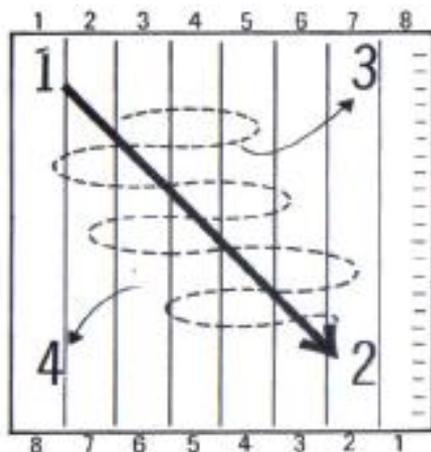
O designer deve fazer a escolha das técnicas visuais, pensando e analisando como cada cartaz pode chamar a atenção do público e também transmitir a mensagem desejada de uma forma mais eficiente possível. Elas podem ser utilizadas juntas ou não, mas mesmo as técnicas que parecem completamente opostas podem estar presentes em um mesmo cartaz, possibilitando uma série quase infinita de possibilidades criativas. Contudo, o caminho escolhido pelo artista deve ser bem definido, evitando assim ambiguidades e mensagens ineficientes. As técnicas visuais foram selecionadas pela necessidade de classificar essas técnicas e conhecer mais sobre elas de acordo com os conceitos de Ribeiro (2003), Gomes Filho (2004), Dondis (1997) e Wong (2010).

4.1. Diagramação e composição

A diagramação de uma peça cinematográfica deve levar em conta todos os elementos do cartaz impresso, como o ponto, a linha, a massa, a fotografia, a composição, a tipografia e as cores. Para uma peça passar a mensagem que o designer deseja, esses elementos precisam trabalhar em conjunto para facilitar a leitura e fazer com que o receptor entenda a informação.

Para isso, Bahia (1990, p.119) apresenta o esquema de zonas visuais, criado por Edmund Arnold em 1965 com base no hábito do leitor e da movimentação dos olhos nas regiões de interesse.

Figura 18: Esquema de Edmund Arnold, explicando as zonas visuais, 1990



Fonte: (BAHIA, 1990, p. 119)

De acordo com as zonas visuais, Bahia secciona as regiões da seguinte forma: **primeira região** é chamada de zona óptica primária, que quer dizer que é a área que chama primeiramente a atenção do receptor. A **segunda região** mostra a zona terminal, que segue a linha dos olhos ao observarem algo. E as demais regiões são as que correspondem as chamadas "zonas mortas", e por isso precisam de sinais mais fortes para chamarem o olhar. Nesse caso, cada página deve equilibrar de uma forma concisa as zonas de interesse para serem melhor aproveitadas para que nada sobre ou falte na zona visual da composição. Porém, nada impede que os ângulos

ópticos sejam invertidos, acarretando na troca de lugar das zonas mortas. O importante é ter uma peça que seduza o receptor e que tenha uma leitura fácil.

De acordo com Teixeira (2011), tendo o entendimento da teoria das zonas visuais, o diagramador da peça gráfica pode adequar os elementos de acordo com a hierarquia visual que ele deseja, passando a informação que ele quer da melhor maneira — é assim que vem sendo feito desde o advento da imprensa, passando por incontáveis técnicas que foram evoluindo com o passar dos anos.

4.2 ponto, linha e massa

De acordo com Ribeiro (2003, p.152), "[...] A combinação de pontos, linhas e massas, em forma convencional ou com intenções decorativas, constitui a essência de qualquer impresso" — por isso, essas são as formas básicas da diagramação convencional. O ponto, na área gráfica, é a "medida na qual é fundido todo material tipográfico ou, enquanto elemento decorativo, um círculo ou uma circunferência de pequenas dimensões. O ponto pode ser utilizado sozinho, repetido ou combinado com outras figuras. A linha por sua vez é o encontro de duas superfícies. Quando tais superfícies são planas, a linha é reta, e quando não são, surgem as linhas curvas e quebradas. Além da variação de desenho, também podem variar a orientação e a espessura da mesma. Quando os recursos desses elementos são bem utilizados, como a sinuosidade por exemplo, o conjunto de linhas pode dar a impressão de cor.

Ainda Ribeiro (2003, p.252-3) define a massa como um elemento negro de extensão imperceptível. "Quando a massa é pequenina, é como se fosse um ponto ou uma linha; se resumirmos mais pontos ou mais linhas, teremos uma massa cinzenta que será mais ou menos escura, de acordo com o maior ou menor ajuntamento dos elementos". Essa massa pode variar de forma e tom, sendo sua silhueta e seu tom determinados pela intensidade do elemento gráfico. São exemplos de massa as imagens, formas geométricas, fundo, cor e a união das linhas dos caracteres tipográficos, que dão forma ao texto.

4.3 Direção

A direção é, segundo Ribeiro (2013), uma ferramenta de grande valia para a composição de mensagens visuais e possuem um papel fundamental no efeito visual provocado. Das formas vistas anteriormente, surgem as direções visuais básicas. O quadrado, por exemplo, gera as direções dos eixos vertical e horizontal; o triângulo por sua vez gera a diagonal, e o círculo, as curvas. Do mesmo modo que as formas, as direções visuais também podem assumir os mais variados significados e são de suma importância para a expressão das mensagens e sensações que serão percebidas pelo receptor

4.4 Tipografia

Os caracteres tipográficos são fundamentais para os cartazes cinematográficos, visto que além de chamar a atenção de pessoas interessadas, ele também precisa aguçar a curiosidade dos até então desinteressados pela peça ou por sua mensagem, por isso, são estudadas dentro de um grupo próprio, chamado de tipografia. A origem do nome "tipografia" vem da palavra *tipo*, usada para designar uma peça de metal ou madeira que contém o desenho de um caractere em relevo. Pode-se, então, entender a tipografia como a análise dos tipos, ou, melhor definindo, a análise dos caracteres.

Para Niemeyer (2003, p.12), tipografia é o "Ofício que trata dos atributos visuais da linguagem escrita; envolve a seleção e a aplicação de tipos, a escolha do formato da página, assim como a composição das letras de um texto, com o objetivo de transmitir uma mensagem do modo mais eficaz possível, gerando no leitor destinatário significações pretendidas pelo destinador."

4.5 Tipos móveis

De acordo com Teixeira (2011), com a introdução das técnicas de impressão, fez-se necessária a criação de uma forma mais eficiente de produção porque para cada trabalho era necessário talhar novas letras e formas, e o tempo que seria gasto não

compensaria a mudança das cópias já escritas à mão. "Assim, surgiram os tipos móveis que, depois de empregados numa página, podiam ser reutilizados novamente inúmeras vezes." TEIXEIRA, Juliana. (2011). Apesar de outros registros da utilização desses tipos móveis, a história atribui ao alemão Gutenberg sua criação e difusão, porque ele foi o responsável pela composição e impressão da Bíblia "de 42 linhas" (porque ela era dividida em duas colunas por página, com 42 linhas cada coluna). Dado esse momento, a tipografia se consolidou definitivamente. Inúmeros foram os artistas que se dedicaram ao desenho das letras do alfabeto — sendo muitos deles usados até hoje como tipografias padrão dos computadores —, como John Baskerville, Claude Garamond e Giambattista Bodoni. As especificidades de cada obra eram incontáveis, variando no tamanho, peso, forma, angulação e espessura das letras.

Considerando os caracteres de hoje, Erbolato (1981, p.19) passa a classificá-los, segundo Teixeira, em seis grupos fundamentais: romano (antigo e moderno), etrusco, egípcio, gótico, manuscrito e fantasia. Independente do grupo a que pertença, o conjunto completo de tipos de determinado tamanho e estilo — incluindo letras maiúsculas, minúsculas, números e sinais de pontuação — pode ser chamado de fonte. Segundo Erbolato, as fontes podem ter variações de extensão (normal, condensado e expandido), angulação (normal e itálico) e espessura (normal e negrito). Não se teria rigor técnico nem rapidez na impressão se, toda vez que fossem utilizados os tipos móveis, fosse necessário medir o espaçamento entre as letras, as entrelinhas e os parágrafos. Para isso, foram criados tipos específicos para realizar esse trabalho, denominados materiais brancos. Esse nome, de acordo com Ribeiro (2006, p.79), vem dos espaços em branco que essas peças deixavam ao serem combinadas com as letras. São exemplos de materiais brancos os espaços, os quadratins, os quadrados, as entrelinhas e os lingotes. Os materiais brancos são aplicados junto às letras para facilitar a composição.

4.6 Composição tipográfica

A composição tipográfica é que a organização de tipos, sendo levado em conta a ordem de cada letra, os espaços entre cada caractere, as entrelinhas e o alinhamento do texto para a composição do texto. Vários sistemas foram desenvolvidos para a composição. Contudo, hoje, muitos deles considerados ultrapassados — como a composição manual e mecânica por exemplo, que foram substituídos com a criação dos softwares destinados à editoração, onde o computador consegue trabalhar com todos os sistemas de medidas da página, basta o usuário configurar o programa de acordo com as preferências desejadas. O software também se encarrega de preparar a peça para a impressão, dispensando, assim, a composição por tipos móveis. Esse tipo de composição digital, o *desktop publishing* foi impulsionado pela evolução dos computadores, cada vez mais modernos, com mais recursos e capacidade de memória.

"O trabalho da composição tipográfica é, com isso, preparar o texto da melhor maneira para a impressão." (TEIXEIRA, Juliana. A importância dos componentes gráficos para a visualidade p.161) Quando se recorre à combinação texto-imagem se tem, enfim, a diagramação. Além de atentar para todas as características das tipografias e famílias tipográficas utilizadas, linhas e espaços, o diagramador ainda precisa analisar e calcular o melhor lugar do desenho, gráfico ou fotografia.

4.7 Cores

Nas área gráfica, os pigmentos fundamentais da composição são o magenta, o ciano e amarelo. Tendo as cores primárias, podemos desenvolver as secundárias, terciárias e intermediárias, em um escopo maior. As cores como conhecemos têm como características principais a tonalidade, a luminosidade e a saturação. A tonalidade é o “efeito produzido pelo suavizamento ou escurecimento de uma tinta pela adição do branco ou preto”. (RIBEIRO, 2006, p.198). A luminosidade por sua vez é a capacidade de uma cor refletir a luz. Quanto mais próxima do branco ou mais clara for uma cor, mais luminosa ela é. Logo, o que se entende por saturação é uma “característica quantitativa de uma cor. Considera-se mais saturada a cor que menos branco ou preto contiver, ou quanto mais pura for”. (ID, p.199). Para Collaro (2003, p.73), não existe nenhuma que determine a utilização das cores na produção

gráfica, contudo, “os conceitos sensitivos transmitidos em relação a alegria, tristeza, seriedade, agitação, movimento, etc. produzem uma reação que deve ser perseguida quando elaboramos um projeto qualquer”. Ainda para Collaro, as cores são capazes de gerar sensações, então, devem ser escolhidas com cautela, para que assim seja passada a sensação que o criador queira. O preto, por exemplo, pode sugerir morte, luto — mas, quando tratado na página impressa com uma camada brilhante por exemplo, pode demonstrar elegância e distinção. Cada cor provoca uma reação psicológica específica e, como são raramente utilizadas sozinhas na produção gráfica, exigem do designer proporção na composição — principalmente no que diz respeito à harmonia e ao contraste. A harmonia, segundo Ribeiro (2006, p.199), é a busca da composição “policrômica, tranqüila e agradável” na relação entre duas ou mais cores. Algumas combinações utilizadas podem cansar a vista, outras são capazes de causar algum mal estar que são, aquelas que não são agradáveis aos olhos e devem ser usadas com cautela. Por isso, a relação entre duas cores só é considerada harmônica quando cada uma delas “tem uma parte de cor comum a todas as demais”. (ID, IBID). Já no contraste o movimento é contrário – as cores devem ser completamente paralelas, sem, entretanto, produzir reações desagradáveis ou bruscas demais, o que causa a repulsa visual do receptor. Além disso, devem contar nos valores de harmonia e contraste o “movimento” e o “peso” que certas cores produzem. O amarelo, por exemplo, dá sensação de expansão, invadindo o espaço que o circula. O magenta, ao contrário, é estático e dá a sensação de equilíbrio. Já o cian traz a idéia de distância. Sobre o “peso” da cor, Collaro (2003, p.76) considera as cores claras e quentes como leves e as cores frias e escuras como pesadas.

4.8 Tons

De acordo com os autores Dondis (1997), Ribeiro (2006) e Gomes Filho (2009), o tom por sua vez refere-se ao efeito produzido pelo suavizamento ou o escurecimento de determinada cor pela adição do branco ou preto. Essa noção de variação entre os tons se dá pela comparação entre o claro e o escuro, e isso permite que o olho humano reconheça sombras, volumes, a profundidade, distância, etc;

entre os demais efeitos que o torna importante para a composição dos cartazes e seu impacto no público

4.9 Textura

Ainda segundo eles, a textura é o elemento visual que torna viável a criação de volumes táteis e a tridimensionalidade por assim dizer, e tenta transmitir ao olho a sensação que se tem ao tocar um objeto, funcionando como uma experiência sensível e enriquecedora, criando mais conexão com o público alvo, ou apenas possuem qualidades que são atrativas apenas para o olho. A textura continua sendo a maneira mais eficiente de simular a sensação original do tato na composição visual.

4.10 Escala

A escala é percebida através da comparação entre elementos que devem ser condenados, tendo um sentido claro de ordem e de unificação. Para Dondis (1997), a escala por si só permite ao receptor identificar a diferenciação entre um objeto pequeno e um grande. Essa técnica é fundamental para que seja construída uma composição concisa e adequada, porque auxilia a construção visual do produto, com distinção de graus de importância, o que diferencia e dá ênfase os elementos, tornando assim a mensagem visual mais eficiente.

4.11 Dimensão

Esse elemento só consegue ser identificado por meio da ilusão de ótica. A percepção tridimensional pode ser alcançada por meio da utilização da soma de diversas técnicas visuais. Gomes Filho (2009). As gradações de tons podem ser utilizadas para dar a idéia de sombras e volumes. Outro fator que pode ser utilizado é a perspectiva, porém essa técnica é precisa e complexa, mas é uma das melhores maneiras de dar a sensação de dimensão em um determinado elemento, e a sua aplicação é o que transmite a sensação de realidade.

4.12 Contraste e Harmonia

Essa técnica de contraste atrai o olhar do receptor e cria um certo drama na peça. Quando os elementos são contrastados, eles possuem uma força de expressão maior. Segundo Dondis (1997), ela é utilizada para findar qualquer equívoco ou confusão sobre os elementos, de uma forma que se torna mais fácil para se identificar os padrões de comunicação e interpretar a mensagem que está a ser passada. A Harmonia procura a organização e o repouso absoluto. Isso torna a composição bem mais simples e mais clara. Ela é criada pelas linhas, tamanho, formas, idéia e cor.

4.13 Equilíbrio e instabilidade

Para Gomes Filho (2009, p.), o equilíbrio funciona como se a obra fosse a fusão de duas partes balanceadas de elementos do design, sem que esses elementos sejam iguais. Essa técnica é utilizada para mostrar a estabilidade por meio da anulação das duas partes. Quando não existe o equilíbrio, predomina na obra a instabilidade, o que gera uma inquietude e provocação no interlocutor.

4.14 Simetria e assimetria

A simetria consiste no equilíbrio perfeito. Acontece quando dividimos uma obra ao meio no sentido vertical, tendo ambos os lados repetidos, como se as duas metades fossem espelhadas. Essa é uma técnica que não possui ação, e por não ser dinâmica como as outras, pode acarretar no desinteresse do receptor por causa da monotonia. Já a assimetria nasce da distribuição de vários elementos que se opõem com pesos visuais diferentes de ambos os lados.

4.15 Regularidade e irregularidade

A regularidade em uma peça gráfica tem a meta de alcançar um meio completamente nivelado quando se trata de equilíbrio visual. Com isso, existe quando há uma uniformidade não apenas dos elementos que lá estão, como

também da disposição dos mesmos na peça, dando uma visão de nenhuma variação visual. A irregularidade por sua vez preza pela falta de ordem e uniformidade, resultando em peças gráficas no mínimo inesperadas.

4.16 Movimento

Segundo Dondis (1997), Ribeiro (2006) e Gomes Filho (2009), o movimento é a união da velocidade e direção que dá ao receptor a sensação de movimento e rapidez. Esse movimento é criado por causa da ilusão. É visto através da experiência conhecida como "persistência da visão". O que existe nesse caso são tensões e ritmos na composição visual completa da obra. Os elementos não estão em movimento de uma forma literal, mas o fato de possuírem um efeito de repetição de forma estratégica faz com que o olho humano crie uma ilusão simulada de movimento.

5. A FOTOGRAFIA NO DESIGN GRÁFICO

A fotografia incita uma profunda mudança na maneira de se comunicar e apreender o universo ao seu redor. A capacidade de registrar a cena que se faz posta diante da câmera é diferente de tudo que havia sido visto até então no século XIX. Entre os diversos instrumentos de produção de significados, a fotografia assume um papel essencial na sociedade contemporânea. Ela se faz presente tanto de acontecimentos cotidianos das mais diferentes vertentes da sociedade, como também de momentos da vida pessoal, familiar e profissional, principalmente há partir o século XX com o rápido desenvolvimento da mídia impressa, da publicidade e do design gráfico (GURAN, 2005).

O universo infindável de imagens produzidas pela fotografia ampliou a capacidade cognitiva e imaginativa das pessoas, acarretando em uma mudança na experiência dos seres humanos e na sua relação com o mundo ao seu redor. Ainda de acordo com Guran (2005), o homem munuiu-se de uma infinidade de retratos, carregados de significados que iam além daqueles proporcionados pela pintura até a época, pela xilogravura, pela litografia ou por outros conhecidos e difundidos. Significados estes que estão para além da experiência presencial e local. O indivíduo "homem" passa a ter contato com lugares distantes nos quais nunca esteve ou até jamais estará, culturas diferentes e a apreender o mundo por meio dessas novas imagens. Essa dimensão reflete o quanto a fotografia tornou-se fundamental como parte integrante de uma linguagem e de uma cultura visual existente em uma sociedade. A relação entre fotografia e design se estabelece já na primeira fase do século XX. Nesse período há um aumento na imigração de designers da Europa com destino aos Estados Unidos. Com isso, esses designers levam consigo a influência da vanguarda europeia presente na linguagem gráfica da época. Essa vanguarda é sedimentada nas bases da escola de *Bauhaus*, o construtivismo russo e escola suíça (FIELL e FIELL, 2005). A 4ª escola europeia privilegiava a criatividade impessoal, inserindo os mais diversos padrões como grelhas retangulares, eixos de leitura e diagramação, linhas, formas e proporções, de modo a orientar o processo de construção do *layout*.

5.1 A relação entre a fotografia e os elementos do cartaz

A mensagem verbal é determinante para a compreensão das imagens, em uma mídia gráfica, é o que diz Joly (2007). A presença de texto em projetos do design gráfico, que fazem uso da fotografia como elemento, tem como propósito vincular a fotografia a uma mensagem. Barthes (1990) diz que toda imagem originada por meio fotográfico é polissêmica, portanto, possui uma cadeia flutuante de significados. Neste determinado caso, a mensagem verbal tem a função de guiar e ajudar até a identificar os sentidos produzidos pela imagem. A essa função de dirigir ou orientar o leitor pelos significados, Barthes dá o nome de ancoragem. A imagem se relaciona com o texto sob vários aspectos.

Em primeira instância, a imagem é subordinada ao signo verbal, isso quer dizer que ela é usada para complementar o sentido do texto. Sendo assim, a imagem não é essencial para a construção da mensagem.

Na segunda instância, temos a "informaticidade", que se dá quando a imagem é muito mais informativa do que a própria área textual em si. Neste caso, cabe destacar que a ausência da imagem tornaria difícil ou até impossível a compreensão do objeto.

Na terceira instância, a imagem e o texto possuem a mesma relevância, ou seja, ambos possuem pesos equivalentes, em que se dá um sentido de complementaridade entre ambos os elementos.

Na quarta instância, temos a aversão caracterizada pela discordância na relação entre a imagem e o texto, uma espécie de contradição (SANTAELLA e NÖTH, 2005). Porém, deve-se considerar também que a leitura de signos verbais e visuais depende da trajetória pessoal e da bagagem de conhecimento de cada indivíduo naquele determinado no espaço e época.

De fato, uma vez que a mensagem gráfica não é fixa, não se pode esperar uma interpretação única de cada receptor que se deparar com ela e analisá-la. Isto porque, em se tratando de um cartaz comercial, o designer o projeta com uma intenção comunicativa específica e a mensagem verbal resultante visa orientar os sentidos produzidos pelas imagens fotográficas. Portanto, o designer gráfico é criador de uma comunicação que é ao mesmo tempo efêmera e ideológica, ainda que seja uma ideologia implícita no tempo e no espaço.

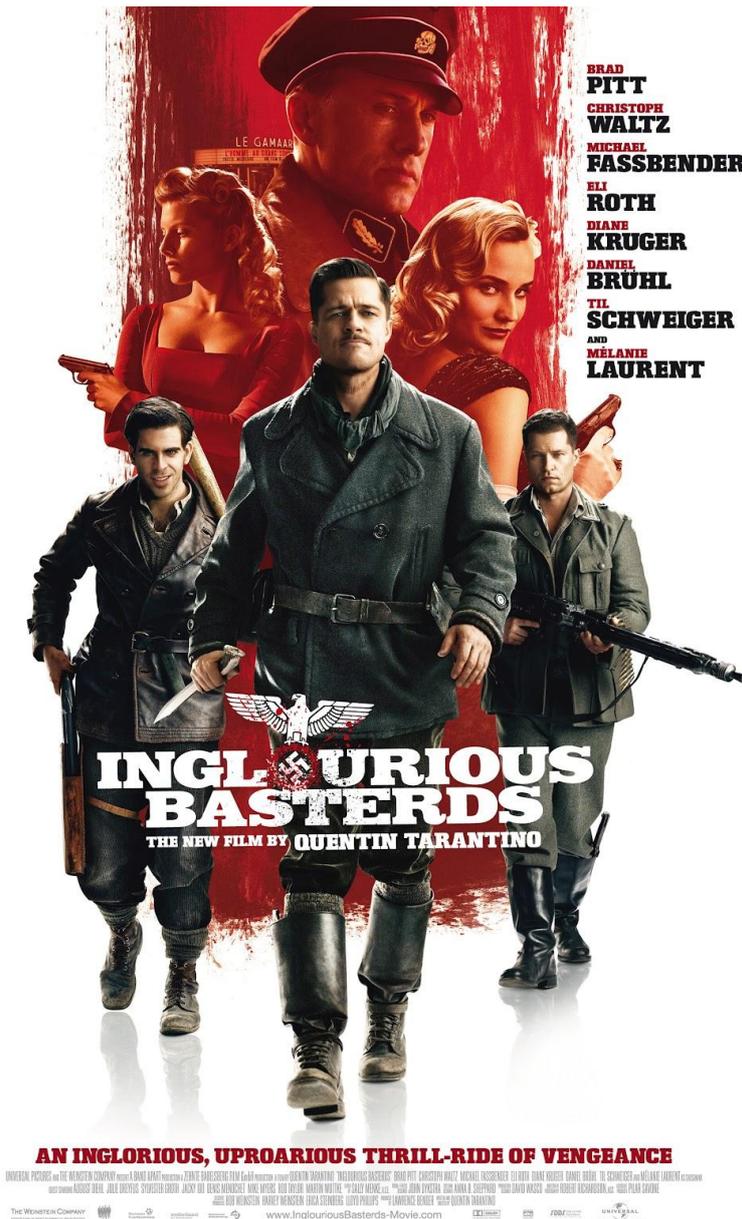
6. ANÁLISE DOS CARTAZES

Ao longo de sua carreira, o diretor Quentin Tarantino flertou com os mais diversos gêneros cinematográficos afim de criar com o tempo sua própria identidade cinematográfica. Cada um dos seus filmes desde o início da sua carreira em 1992 até seu último filme lançado em 2016 são um reflexo desse trânsito entre os gêneros e as referências cinematográficas que são uma característica muito forte do diretor.

Como cada um dos seus filmes contam uma história de uma forma diferente e com uma estética que por mais que remeta a forma de dirigir do diretor em outros filmes, são de certa forma originais e só se encontram naquele determinado filme, conseqüentemente os cartazes também não seguem um padrão de

desenvolvimento, ao menos até 2009 com seu primeiro filme de época, o Bastardos Inglórios até o seu mais recente filme, Os Oito Odiados em 2016 passando por Django Livre em 2015. Nesse capítulo será analisado a estética e os elementos desses três filmes

6.1 Bastardos Inglórios (2009)



O universo do filme Bastardos Inglórios do diretor Quentin Tarantino é uma paródia, um teatro do que foi o período da segunda guerra, sem nenhum ou quase nenhum apego com fatos históricos, e esse paralelo com a realidade dá ao diretor a liberdade de criar o seu próprio desfecho da Segunda Guerra Mundial. O universo distópico e violento criado por Tarantino tem o intuito de fazer com que o espectador adentre na sua Segunda Guerra e ignore, ao menos durante a duração do longa, a realidade empírico-factual. O filme não se apoia em fatos que ocorreram na Segunda Guerra, ele tende a compor um mundo autorreferente e coeso, dentro do seu próprio universo. Ao invés de fazer um paralelo com a realidade, o diretor desconstrói toda a história e corta laços com o real em nome do entretenimento. Assim é construída

uma metaficção que se relaciona intimamente com a história de um conflito que realmente aconteceu mas na realidade da própria narrativa tanto de forma de referências a outros filmes, o que é uma característica de Tarantino, quanto no momento em que a própria imagem da sala de cinema, onde todos os espectadores se encontravam no momento, para o cenário do clímax do longa, nos diálogos envolvendo Goebbels, como também o modo que o filme mostra o processo que acontece dentro do cinema, nas partes em que Shosanna aparece no filme e no filme dentro do filme, *Nation's Pride*.

A peça é dividida em imagem e texto, assim como a maioria dos cartazes cinematográficos, tendo como personagem central do cartaz o Tenente Aldo "Apache" Raine (Brad Pitt) em primeiro plano junto com mais dois companheiros, o Urso Judeu (Eli Roth) na esquerda do cartaz, segurando uma arma e o Hugo Stiglitz (Til Schweiger) na direita também segurando uma arma. Na frente dos três personagens está o título do filme "Inglorious Basterds", dando a entender que eles são os bastardos dos quais o filme trata.

Posterior aos três personagens encontram-se mais três personagens em uma tonalidade vermelha dentro de uma tarja da mesma cor. A personagem na esquerda da peça por trás do Urso Judeu é a personagem Shoshanna (Mélanie Laurent) que encontra-se com um vestido vermelho e segurando uma arma. Ao lado dela encontra-se a personagem Bridget von Hammersmark (Diane Kruger), e posterior a elas encontra-se, visivelmente maior que todos os personagens na peça, Hans Landa (Christoph Waltz), antagonista do longa. E por trás dele temos o vislumbre do que parece ser um cinema. Quase todos os personagens estão armados, salvo o antagonista, o que reflete o modo que seu personagem se desenvolve na trama. E dos armados, o único que está com uma arma branca é o Tenente Aldo Raine, o que também reflete uma característica do personagem no longa.

6.2 Django Livre (2015)



Depois de anos flertando com o gênero, Quentin Tarantino lançou, em 2012, Django Unchained (Django Livre). Esse filme foi um ensaio do que seria um "western movie" aos olhos de Tarantino, mas como uma prova do que estaria por vir em seguida, visto que o próprio diretor já havia anunciado que o seu oitavo filme seria um *Western*.

Uma peculiaridade do filme é que apesar de todas as características de um Western, ele não possui a mais característica de todas: Se passar no Oeste norte-americano. Django se passa no Sul dos EUA, e por conta disso, não pode ser um filme de "faroeste".

Esse filme é, assim como todos os filmes de Tarantino até então, cheio de referências a outros filmes, seja em capturas de tela ou na trilha sonora. A principal inspiração desse filme foi o filme de mesmo nome Django (1966), estrelado pelo ator Franco Nero, filme do qual também absorve a atmosfera e ambientação.

Django Livre é uma trama repleta de personagens e de reviravoltas, e o diretor tem plena consciência disso, e como ele sabe como trabalhar um tema tão delicado quanto a escravidão e o preconceito datado da época.

A peça, assim como a anterior, é composta de imagem e texto, tendo como personagem central do cartaz e em primeiro plano o personagem principal do filme Django Livre (Jamie Foxx), em preto e branco e segurando uma arma. O título do filme sobre ele também mostra que se trata do personagem Django. Posterior a ele do lado direito da peça encontra-se o Doutor Shultz (Christoph Waltz), de perfil e olhando para o espectador e empunhando uma arma, e do lado direito esquerdo da peça encontra-se Calvin Kendie (Leonardo di Caprio), o antagonista do longa. A peça, assim como a anterior tem a saturação baixa, sendo quebrado apenas pelo forte vermelho posterior ao personagem central, e também como o cartaz de Bastardos Inglórios, o vilão encontra-se desarmado, ou pelo menos o receptor não consegue percebê-la. A peça conta com a parte textual primeiramente com um mote na parte superior "*Life, liberty and the pursuit of vengeance*" (Vida, liberdade e a busca por vingança, em tradução livre), e as demais informações exatamente no meio da peça, diferentemente do cartaz do Bastardos Inglórios, cujo mote está na parte de baixo do cartaz e as demais informações sobre o elenco do lado direito com justificção à esquerda.

6.3 Os Oito Odiados (2015)

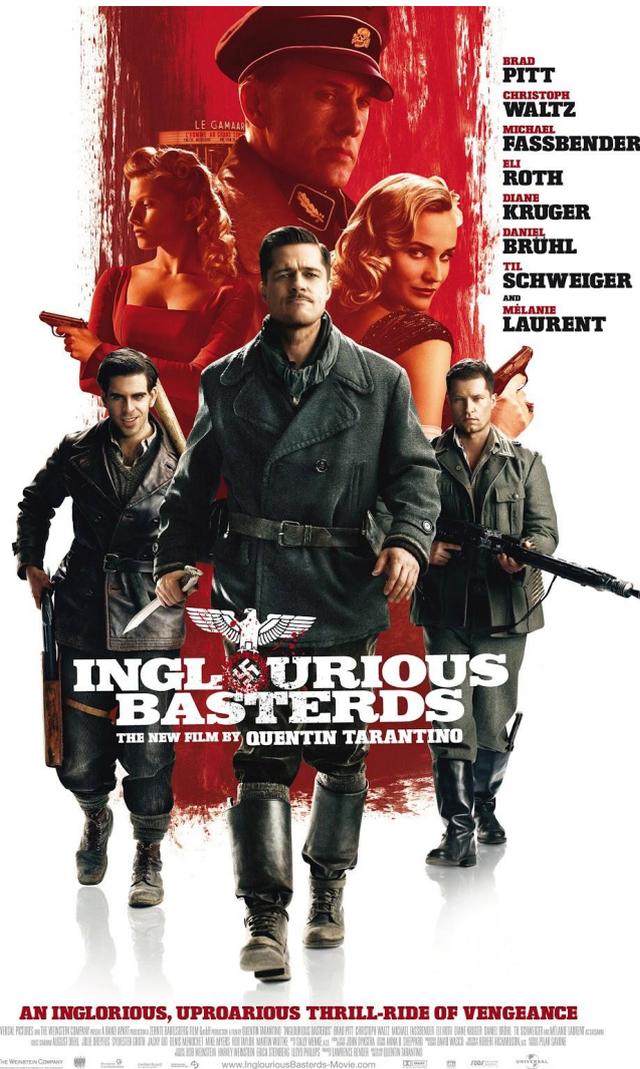


Os Oito Odiados nos conta a história de oito personagens que pelo destino encontram-se presos em uma estalagem durante uma nevasca em um período pós-guerra civil. A princípio os personagens estarem nesse lugar ao mesmo tempo parece ser uma obra do acaso, mas no decorrer da trama o que vai se formando é uma armadilha premeditada por um dos personagens.

O cartaz do último filme de Tarantino nos mostra um padrão seguido nas duas últimas peças, como por exemplo o "protagonista" da trama encontra-se no meio do cartaz e em primeiro plano. Em segundo plano vemos mais três pessoas: do lado direito da peça vemos um personagem segurando uma lamparina, e do lado direito vemos um casal. Em terceiro plano vemos quatro personagens dispostos na peça, dois de cada lado da estalagem na qual o filme se passa. O cartaz assim como os outros é uma peça com uma baixa saturação, quebrado pelo vermelho do título sobreposto também ao personagem principal, centralizado na peça, porém nesse cartaz o vermelho não compõe a arte. Temos acima o mote do filme, assim como em Django Livre, e a baixo temos fotos dos oito personagens apontados pelo título "Os Oito Odiados" com os respectivos nomes dos atores.

Porém o que mais chama a atenção nesse cartaz é que é o único dos três (na verdade o único de todos os cartazes dos filmes de Tarantino) no qual os personagens em primeiro plano estão de costas pro receptor.

7. INGLOURIOUS BASTERDS



O universo do filme Bastardos Inglórios do diretor Quentin Tarantino é uma paródia, um teatro do que foi o período da segunda guerra, sem nenhum ou quase nenhum apego com fatos históricos, e esse paralelo com a realidade dá ao diretor a liberdade de criar o seu próprio desfecho da Segunda Guerra Mundial. O universo distópico e violento criado por Tarantino tem o intuito de fazer com que o espectador adentre na sua Segunda Guerra e ignore, ao menos durante a duração do longa, a realidade empírico-factual. O filme não se apoia em fatos que ocorreram na Segunda Guerra, ele tende a compor um mundo autorreferente e coeso, dentro do seu próprio universo. Ao invés de fazer um paralelo com a realidade, o diretor desconstrói toda a história e corta laços com o real em nome do entretenimento. Assim é construída

uma metaficção que se relaciona intimamente com a história de um conflito que realmente aconteceu mas na realidade da própria narrativa tanto de forma de referências a outros filmes, o que é uma característica de Tarantino, quanto no momento em que a própria imagem da sala de cinema, onde todos os espectadores se encontravam no momento, para o cenário do clímax do longa, nos diálogos envolvendo Goebbels, como também o modo que o filme mostra o processo que acontece dentro do cinema, nas partes em que Shosanna aparece no filme e no filme dentro do filme, *Nation's Pride*.

7.1 Sinopse

O cenário é a Segunda Guerra Mundial. A França está ocupada pelos nazistas. O tenente Aldo Raine (Brad Pitt) é o encarregado de reunir um pelotão de soldados de origem judaica, com o objetivo de realizar uma missão suicida contra os alemães. O objetivo é matar o maior número possível de nazistas, da forma mais cruel possível. Paralelamente Shosanna Dreyfuss (Mélanie Laurent) assiste a execução de sua família pelas mãos do coronel Hans Landa (Christoph Waltz), o que faz com que fuja para Paris. Lá ela se disfarça como operadora e dona de um cinema local, enquanto planeja um meio de se vingar.

7.2 Gestalt do cartaz

Figura 18: Análise do Cartaz Bastardos Inglórios



O cartaz do sexto filme do diretor Quentin Tarantino mostrado acima possui cinco unidades principais em sua composição, que são eles o título composto tanto por tipografia quanto por representação gráfica do filme com o nome do diretor logo abaixo (01), os três personagens centrais e com mais profundidade do batalhão dos Bastardos Inglórios, que são o Tenente Aldo "Apache" Raine (Brad Pitt), protagonista do longa, Donny "O Urso Judeu" Donnowitz (Eli Roth), o segundo no comando do batalhão, judeu que conseguiu escapar da perseguição alemã e o coração do filme, e o ex oficial da Gestapo, Hugo Stiglitz (Til Schweiger), um desertor alemão que matava oficiais nazistas, foi preso e resgatado pelo batalhão do Tenente Aldo Raine (02), o antagonista do filme, coronel SS Hans "Caçador de Judeus" Landa (Christopher Waltz), responsável pela caça de judeus refugiados na França em 1941 (03), as duas únicas personagens femininas do filme, Shosanna Dreyfus (Mélanie Laurent), uma judia que conseguiu fugir do coronel Hans Landa após sua família ter sido massacrada em uma fazenda onde estavam sendo escondidos por um amigo da família que os entregou e passou a tomar conta de um cinema que ela diz ter herdado pelos tios e vive escondida pela alcunha de Emmanuelle Mimieux, e a Bridget von Hammersmark (Diane Kruger), uma atriz famosa na Alemanha nazista e uma espiã da Grã-Bretanha contra o regime nazista (04), e os nomes dos principais atores do filme (05).

Percebe-se que a peça é dividida, assim como grande parte dos cartazes cinematográficos, em imagem e texto. No cartaz, o título (01) do filme é facilmente identificável pois está em destaque e é o elemento que sobrepõe todos os outros. Além do fundo do cartaz, é o único elemento da peça que é branco, contrastando com a parte da peça no qual ele encontra-se sobreposto. O posicionamento do título conversa diretamente com os personagens principais da trama (02), deixando assim claro quem são os bastardos inglórios no cartaz.

Apesar do título do filme ser o elemento em primeiro plano no cartaz, o elemento que é identificado primeiro são os protagonistas do filme (02), pois são os maiores elementos e se destacam com o vermelho do fundo. Por exemplo, se a peça for vista de longe, você percebe que existe um título em primeiro plano, mas mesmo que você não consiga lê-lo em uma primeira vista, você consegue identificá-lo pelo

destaque das cores, mas com os personagens, mesmo de longe você percebe que são três pessoas, e pelo destaque recebido, essas pessoas são parte fundamental da trama, se não forem as principais.

O elemento posterior aos personagens principais são as personagens Shoshanna e Bridget von Hammersmark (03). Pelo posicionamento das mesmas percebe-se que elas não fazem parte dos bastardos do filme, porém elas estão em destaque por estarem centralizadas na peça, logo elas são uma peça chave da trama, e encontram-se a frente do coronel Hans Landa (04), o antagonista do longa.

Apesar de não ser o destaque, toda a peça aponta para ele. Ele está no topo da peça, o que dá a entender a sua superioridade em relação aos demais personagens do filme, e a ameaça que ele representa na trama.

Algo muito presente nessa peça gráfica a sensação de continuidade que ela passa para o receptor. Tal continuidade é facilmente perceptível devido a hierarquia dos elementos, que põe os personagens principais em destaque e com uma cor diferente do fundo da peça (01), que por sua vez são identificados pelo título do filme que encontra-se em primeiro plano, sobrepondo esses personagens (02), e devido ao posicionamento piramidal de todos os personagens do cartaz (02), (03) e (04) os olhos do receptor são deliberadamente guiados da base da peça até o seu topo, porque o olho humano é condicionado a acompanhar elementos próximos e que seguem uma ordem, uma hierarquia funcional.

Todos os elementos do cartaz estão agrupados de tal forma que a área colorida do cartaz parece uma composição apenas, como se a parte vermelha onde encontram-se os elementos (03) e (04) fossem uma espécie de portal ou abertura sangrenta, de onde o elemento (02) está caminhando para fora, como se o vermelho representasse toda a violência que eles deixam no caminho, mas podemos separar todos os elementos facilmente, tanto pela questão das cores que o elemento (02) é destacado quanto pelo contexto. Por outro lado, também é possível dissociar os personagens dos elementos (03) e (04), pois apesar de terem a mesma tonalidade de vermelho sobre eles, o corpo de cada um é facilmente identificado,

principalmente o rosto do antagonista (04), que está em uma proporção bem maior em relação aos rostos dos demais personagens que se encontram no cartaz.

Também é perceptível que toda a peça possui as mesmas características em toda a composição: não existe nenhum personagem, por exemplo, representado por alguma forma de grafismo. Todos são representados por fotografias, com imagens reais. O criador do cartaz teve a preocupação de que até a tarja vermelha que sobrepõe os elementos (04) e (03) que representa o sangue fosse, de alguma forma, foto-realista, pois é possível ver todas as camadas de sangue que são identificadas rapidamente pela diferença da tonalidade dos vermelhos nas bordas.

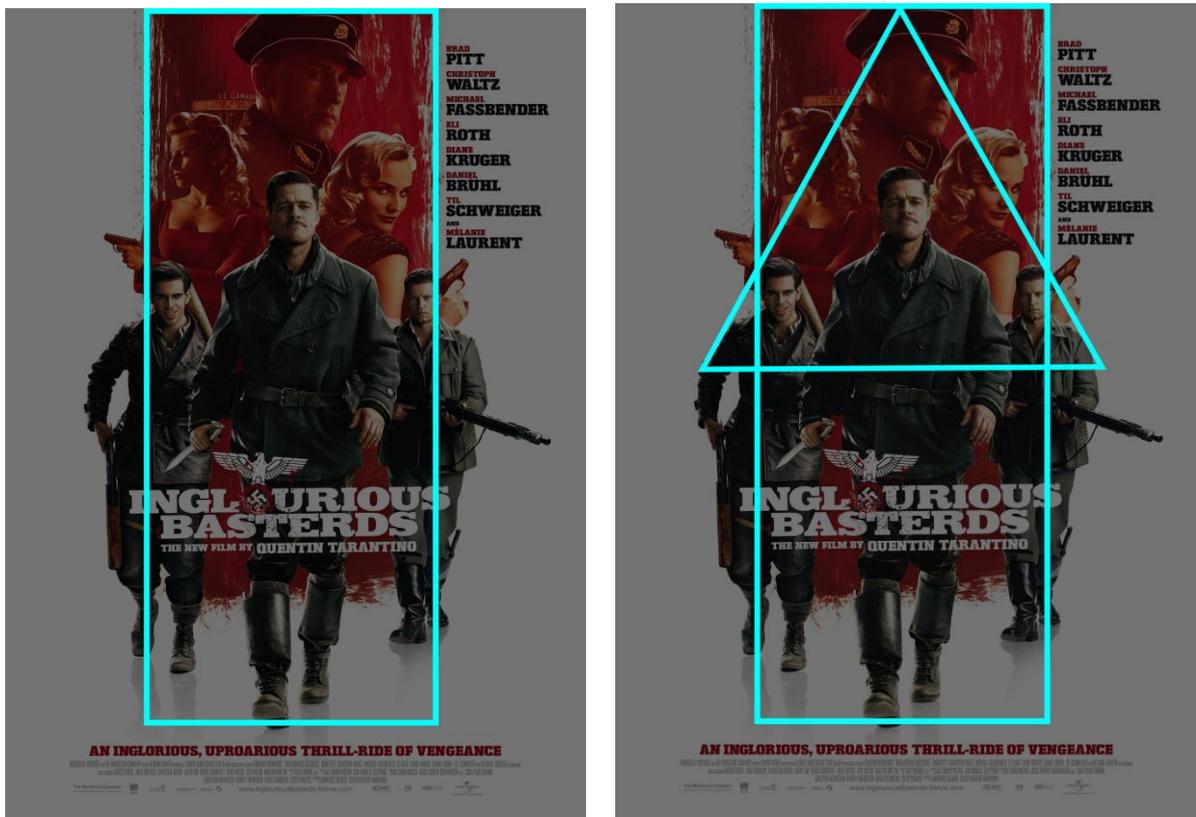
Esse cartaz de divulgação do filme é o exemplo perfeito de uma peça bem equilibrada. Apesar de ser uma peça centralizada nas dimensões do cartaz, deixando uma grande área em branco, a peça não passa uma sensação de vazio ou de área mal aproveitada. A ideia de concentrar toda a informação em uma área só já passa a sensação de atropelos que existem no filme, mas a organização dos elementos mostra a preocupação do criador em não fazer algo que passe uma sensação de bagunça, mas ao mesmo tempo passa uma organização de elementos agradável aos olhos. E apesar da peça ser centralizada, os nomes dos atores principais da obra (05) se encontram fora da área central onde todos os outros elementos se encontram, e é diagramado à direita dos elementos (04) e (03), mas devido ao peso dos elementos de toda a peça, a área tipográfica do elemento (05) não atrapalha na composição geral devido ao fato do peso visual desse elemento ser insignificante se comparado aos demais, até inclusive que o elemento (01), que também é um elemento tipográfico.

7.3 Diagramação e composição do cartaz

Como apresentado anteriormente, a diagramação de uma peça deve levar em conta todos os elementos do cartaz impresso, e pra peça passar a mensagem desejada, tais elementos precisam trabalhar em conjunto.

De acordo com as zonas visuais, as regiões três e quatro de um cartaz são conhecidas como as zonas mortas, ou seja, as áreas que não atraem a atenção do receptor. No caso dessa peça, as zonas mortas são as zonas quatro e dois, pois a leitura do cartaz não é diagonal como um layout padrão, mas sim vertical, dessa forma a peça passa uma leitura fácil para o receptor.

Figuras 19 e 20: Diagramação do Cartaz



Apesar da peça ser centralizada, e por causa do retângulo que a região em vermelho (figura 01), a peça também possui uma direção visual triangular, cujos eixos diagonais criados pelo triângulo guiam a visão do receptor, e além de ajudar da hierarquia do cartaz, tal formação com o antagonista do filme no topo e em uma proporção maior que os outros nos diz que na trama ele também é superior a todos os outros personagens do longa, e a forma como ele olha de cima para os personagens em sua frente diz ao receptor qual o posicionamento dele a respeito dos outros personagens, mostrando claramente como ele se julga superior aos

demais e como os subjulga. Tal forma de composição também ajuda a acomodar o nome dos atores do lado direito.

No que diz respeito as cores do cartaz, elas passam extremamente bem o clima do filme, que é um clima pesado e repleto de violência, o que é característica de Tarantino. Os tons escuros com saturação alta e o única cor quente do cartaz ser o vermelho reforça ainda mais a ideia. Já o tom é perceptível na variação do vermelho, que tanto serve pra dar um contraste no rosto da personagem da esquerda no que diz respeito ao fundo e ao contraste com o cinema atrás do Hans Landa, como também dá um volume a quantidade de sangue.

A função da textura no cartaz, além de dar tridimensionalidade aos personagens, tornando-os “esqueumorficos”, auxilia o receptor a entender o ambiente do filme como um lugar frio devido ao tecido da roupa dos personagens, e pela sujeira nas botas dos personagens, o filme ou uma parte importante dele não se passa em uma área urbana, ou pavimentada. Tais vestes também mostra o modo de atuação dos bastardos inglórios, a "Técnica de Resistência Apache", que é, segundo Aldo Raine, se esconder nas matas e ser o mais brutal possível com os nazistas encontrados, "*to strike fear in the nazi's hearts*".

Sobre a escala, percebe-se claramente pela comparação das dimensões dos rostos dos personagens. Apesar do elemento do vilão da trama ser o menor no cartaz, a dimensão do seu rosto em relação aos demais demonstra que apesar dele não ser o personagem mais evidente, ele é mais essencial para a trama que as demais personagens com a mesma tonalidade de cor por exemplo, como podemos ver na imagem a seguir.

Figura 21: Escala do Cartaz



Assim como a textura, a dimensão também é utilizada para passar a sensação de realidade, como no cartaz podemos ver o rebatimento de uma luz por trás do personagem principal, mostrando que ele tem uma profundidade e ele não é um desenho, e sim uma pessoa que possui três dimensões.

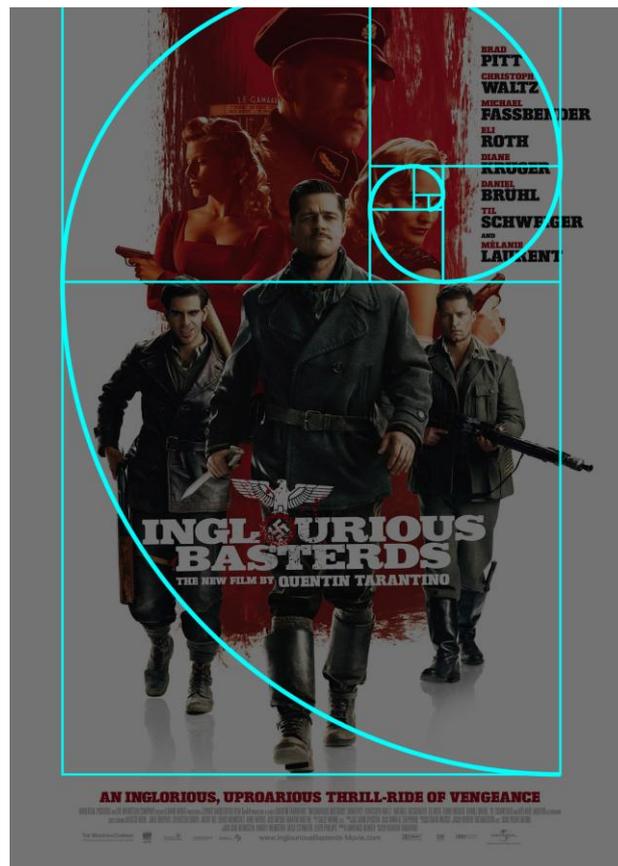
Outra característica que transmite a realidade é a perspectiva, como observamos os três personagens principais em uma perspectiva de baixo pra cima, o que transmite a ideia de que são inabaláveis e que acreditam que são superiores aos seus problemas, o que é refletido na personalidade do Tenente Aldo Raine e de todos os bastardos, que durante a trama não possuem a menor dúvida de que serão superiores as adversidades e obterão sucesso na sua missão.

Outro ponto forte do cartaz é o contraste entre as duas cores do cartazes e o branco. Apesar da sobreposição dos três personagens principais sobre o vermelho do fundo e seus personagens, o contraste das cores deles e dos elementos

posteriores a ele tornam ambos inconfundíveis. Além da cor das roupas, o rebatimento da luz na roupa deles reforça ainda mais esse contraste de elementos e informações gráficas da peça.

Agora no que diz respeito ao equilíbrio do poster, é possível identificar diversas técnicas utilizadas pelo criador da peça, tanto para distribuir os personagens e elementos de tamanhos e formas diferentes no cartaz quando para distribuir os demais elementos na peça, como por exemplo com o retângulo áureo é possível encontrar um certo equilíbrio na peça, o que pode não ter sido deliberado pelo designer, mas pode ter sido uma consequência do método utilizado, como é visto a seguir.

Figura 22: Proporção Áurea do Cartaz



Apesar de terem sido obtido resultados com a proporção áurea, é bem mais perceptível quando o cartaz é observado pela regra dos terços, que é uma técnica,

utilizada muito na fotografia, onde o objetivo é dividir a imagem em 9 partes e a partir daí buscar um resultado mais equilibrado pro enquadramento.

Nessa técnica é comum o elemento em foco se alinhar em um dos quatro cruzamentos centrais, e nesse cartaz as duas interseções superiores ficam exatamente sobre as duas personagens femininas no topo do cartaz.

Figura 23: Enquadramento do Cartaz



Observa-se também que os rostos dos quatro principais personagens da trama estão nos três primeiros quadrantes da divisão, juntamente com os nomes dos principais atores do longa.

Já na parte do meio da divisão percebe-se que estão apenas os bastardos, e o título do filme que carrega o nome dos mesmos. A parte do meio é ocupada apenas pelo Tenente Aldo Raine, deixando claro quem é o personagem principal da trama qual o centro da trama, onde tudo o rodeia, e na parte de baixo da divisão encontra-se apenas os pés dos bastardos. Ao fim da análise com essa técnica, percebe-se que o personagem principal é o único que ocupa os três quadrantes centrais, e que ele está perfeitamente alinhado no meio da peça, deixando mais uma vez claro para onde o foco do receptor deve ir.

Também é possível encontrar tal proporção em diferentes momentos do filme, o que mostra que, de fato tal técnica foi utilizada durante o filme, o que reforça o possível uso da mesma no cartaz.

Figura 24: Cena do filme "Bastardos Inglórios" (2009)



Fonte: Filme Bastardos Inglórios (2009)

Outra característica que é encontrada na diagramação do cartaz e nos seus elementos é a regularidade dos elementos, mantendo um equilíbrio visual do todo, como por exemplo as armas que vemos na peça.

Cada personagem está empunhando uma arma. Os dois personagens que se encontram na esquerda empunham uma arma de pequeno porte, como a pistola da

personagem Shoshanna, e o personagem abaixo empunha uma arma de grosso calibre, como o Denny. Isso se repete na outra extremidade do cartaz, mas com personagens diferentes.

Vale ressaltar que o personagem do Brad Pitt também empunha uma arma, mas a arma não encontra-se nos três quadrantes do meio, e sim no quadrante esquerdo, deixando assim todos os quadrantes do meio do cartaz sem nenhuma arma, já que a representação do vilão no topo do cartaz é a única que não empunha arma alguma.

8. REDESIGN DO CARTAZ

A necessidade de um rework de uma peça gráfica se dá quando a peça em questão não está uma boa sensação visual para o observador ou não está cumprindo com o seu objetivo de uma forma completamente satisfatória, então, quando isso acontece, é necessário pensar em um projeto mais adequado para as necessidades que surgiram. No caso deste cartaz, a necessidade é a de melhorar a comunicação entre a peça seus observadores, conseguindo assim, passar com maior objetividade e clareza a mensagem que o filme pretende passar, dando uma experiência inicial do filme.

Com a análise do cartaz de Bastardos Inglórios concluída, podem-se apontar alguns pontos a serem observados no rework desse cartaz, tendo como objetivo nortear a criação, buscando assim um melhor produto final

Para que fosse possível aplicar os fundamentos e as análises vistas nos capítulos anteriores, foi proposto um exercício de redesign do cartaz de Bastardos Inglórios de forma a utilizar os dados que foram coletados anteriormente que serviram de subsídios para executar o projeto do cartaz visando a melhoria gráfica do cartaz.

Como é sabido, todo projeto gráfico deve ser baseado em uma metodologia projetual, seguindo uma estrutura pré-definida. Para esse projeto, a metodologia escolhida foi a de Fuentes (2006), desenvolvida para ser aplicada em projetos na área de Design Gráfico, e levando em conta o trabalho proposto: o redesign de um cartaz. Tal metodologia servirá como base e é apresentada na seguinte estrutura:

ETAPA I – A Necessidade do Design;

- Identificação da Necessidade;
- Definição do projeto;
 - Análise da necessidade;

- Ações anteriores na área da comunicação;
- Pautas de marketing;
- Condições orçamentárias e prazos;
- Implicações ético-morais;
- Codificações culturais;
- Pesquisa;
 - Concorrência local;
 - Referências internacionais;
 - Elementos históricos próprios
 - Inclusão social do cliente;
- Conclusão;

ETAPA II – Concepção;

- Síntese;
 - Conhecendo, podemos improvisar;
- O momento decisivo
- Na prática. O erro;
 - A expressão gráfica;
 - O layout;
 - A arte final;

ETAPA III – Concretização;

- Estrutura;
 - Algumas digressões aparentemente inúteis;
- A escala;
- A tipografia;
- A cor;
- O suporte;
- Natureza das imagens;
 - Os esquemas, infogramas e pictogramas;
 - A ilustração;
 - A fotografia;
 - O registro fotográfico;
 - A ilustração fotográfica;
 - A digitalização direta;

- Métodos de pré-impressão e impressão;
 - Pré-impressão;
 - Lista técnica de verificação;
 - Os métodos de impressão;
 - Fases de acabamento e encadernação;

ETAPA IV – Controle, avaliação e crítica.

Fonte: (FUENTES, 2006)

Essa metodologia publicada por Fuentes (2006), tem como objetivo guiar o processo criativo no âmbito do design gráfico de uma forma mais geral, abrangendo todas as ramificações do processo até o produto final. Levando em conta o projeto deste trabalho, essa metodologia foi utilizada seguindo algumas alterações propostas por JUNG (2013) pelos seguintes motivos: O projeto em questão é o redesign de um cartaz, o que não cabe algumas etapas dessa metodologia, e que outras sejam acrescentadas e também pelo fato dessa metodologia ter uma finalidade mercadológica, e o trabalho em questão é puramente acadêmico.

Então, a metodologia utilizada no desenvolvimento do redesign do cartaz do filme Bastardos Inglórios segue a seguinte estrutura:

ETAPA I – A Necessidade do Design;

- Identificação da Necessidade;
- Definição do projeto;
- Pesquisa;
 - Referências Internacionais;
 - Análise do cartaz a ser criado;
 - Requisitos do projeto

ETAPA II – Concretização;

- Concepção da expressão gráfica do layout;
- Estrutura

- Formato;
- Diagramação;
- A tipografia;
- A cor;
- Natureza das Imagens
- Definição dos Métodos de impressão

8.1 Identificação da Necessidade

A necessidade de um redesenho aparece quando o projeto original não está sendo condizente com a mensagem que ele precisa passar. Quando isso acontece, deve-se pensar em um outro projeto que se adeque as necessidades da peça. No caso do redesenho do cartaz de *Bastardos Inglórios* é necessário porque o projeto original não conversa com o receptor de forma à mostrar a real mensagem do filme, dessa forma a conversa do cartaz com o receptor não transmite uma mensagem clara e objetiva, por isso se faz necessário o redesenho do cartaz para uma melhor comunicação.

8.2 Definição do projeto

Definir como o projeto será realizado é de suma importância no design porque assim inicia-se o trabalho sabendo onde tudo culminará, partindo do que será definido. Tais informações estão contidas no *briefing*. Como este trabalho não possui nenhum apelo mercadológico, apenas acadêmico, conseqüentemente não existe um cliente, logo, não existe um briefing para apoio, então a coleta de dados sobre o que fazer foi realizada por meio de análises do cartaz original, e a partir daí, realizar o redesign.

8.3 Referências Internacionais

Para o desenvolvimento do cartaz, foi analisado que os principais filmes com a temática central sendo guerras mundiais, sendo analisados os cartazes de *Act of War* (2015), *Sands of Iwo Jima* (1949) e *Platoon* (1986) e nessa análise foi

perceptível o padrão seguido de escolha de um personagem principal com uma feição de abalo, sofrimento e até mesmo apatia com a guerra como elemento central da peça, no qual o público seria induzido automaticamente a acreditar que a trama se desenvolveria em torno dele.

Figuras 25, 26 e 27: Referências para o desenvolvimento da peça (da esquerda pra direita: Act of War (2015), Sands of Iwo Jima (1949) e Platoon (1986))



Fonte: IMDB

No que diz respeito à paleta de cores, foi feita a opção de manter o padrão encontrado nos últimos cartazes de Tarantino de ser uma peça em sua grande parte de baixa saturação nas cores, e com uma cor forte em contraste com todo o resto, que assim como no cartaz original, foi escolhida a cor vermelha, tanto para manter o padrão quanto para remeter ao perigo e a violência que tal cor tem bastante relação.

Sobre a parte textual do cartaz à respeito do nome dos atores do longa, também foi escolhido manter as cores do original, pelos mesmos motivos de baixa saturação e o vermelho em contraste.

8.4 Análise do Cartaz a ser Redesenhado

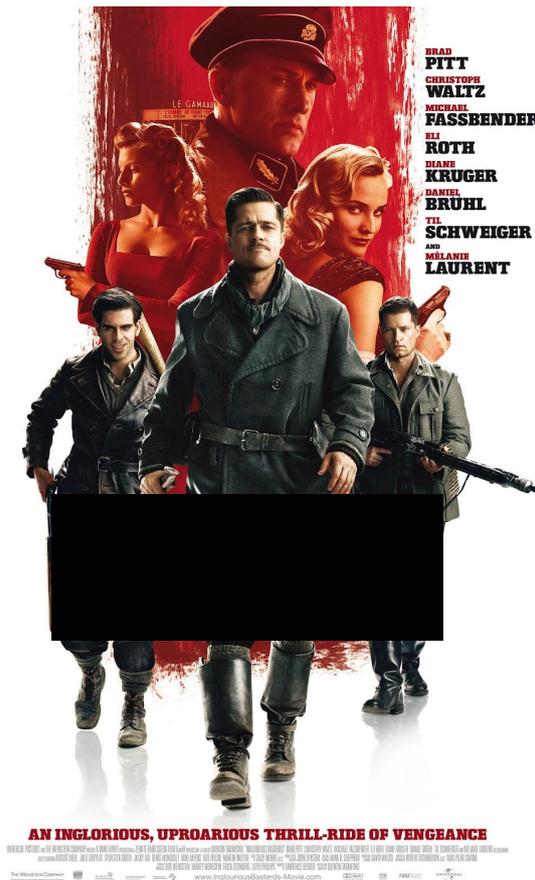
Para alcançar um resultado com as falhas minimizadas, primeiramente deve-se pesquisar e analisar os pontos positivos e negativos que o cartaz que irá ser redesenhado possui, agregando na nova peça o que funcionou na peça anterior, e

para o trabalho em questão, manter alguns aspectos estéticos para que o novo ainda referencie o antigo, e só depois de ter angariado todas essas informações apresentadas no capítulo 7, pode-se dar início ao desenvolvimento da nova peça.

8.5 Estabelecimentos de Requisitos e Restrições do projeto

Depois da análise, percebemos que, apesar de ser uma peça equilibrada no que diz respeito à todos os elementos da peça, não há nada nela que remeta ao tema principal. Se retirarmos o título do filme, não existe outro elemento nela que diga ao receptor que aquele filme se trata de um filme cujo tema central é o nazismo e as pessoas diretamente afetadas por ele. A peça nos dá apenas uma vislumbre superficial de que, pelas roupas e pelo uniforme do personagem no topo do cartaz, trata-se de um filme de guerra ou espionagem, ou qualquer tema que tenha algum conflito como pano de fundo.

Figura 28: Cartaz Bastados Inglórios sem título



Outro ponto no qual o cartaz se perde com a comunicação da obra é que o filme enfatiza diversas vezes a violência exagerada no *modus operandi* dos Bastardos, como citado pelo Tenente Aldo Raine ao se apresentar ao grupo: " [...]E nosso plano de batalha será o de Resistência Apache. Nós seremos cruéis com os alemães, e através da nossa crueldade eles vão saber quem nós somos. E eles vão encontrar as evidências da nossa crueldade nos corpos desossados, desmembrados e desfigurados dos seus irmãos que deixaremos pelo caminho. E os alemães não vão conseguir parar de imaginar a crueldade que seus irmãos sofreram nas nossas mãos, e na sola das nossas botas e na ponta das nossas facas. E os alemães ficarão enojados por nós, e os alemães falarão de nós, e os alemães vão nos temer. E quando eles fecharem os olhos à noite e forem torturados pelas suas subconsciências pelo mal que eles fizeram, eles nos verão como os seus torturadores. Parece bom?"

Sendo assim, como principal ponto a ser seguido no rework do cartaz de Bastardos Inglórios, é manter a peça igualmente centralizada e manter a sua paleta de cores,

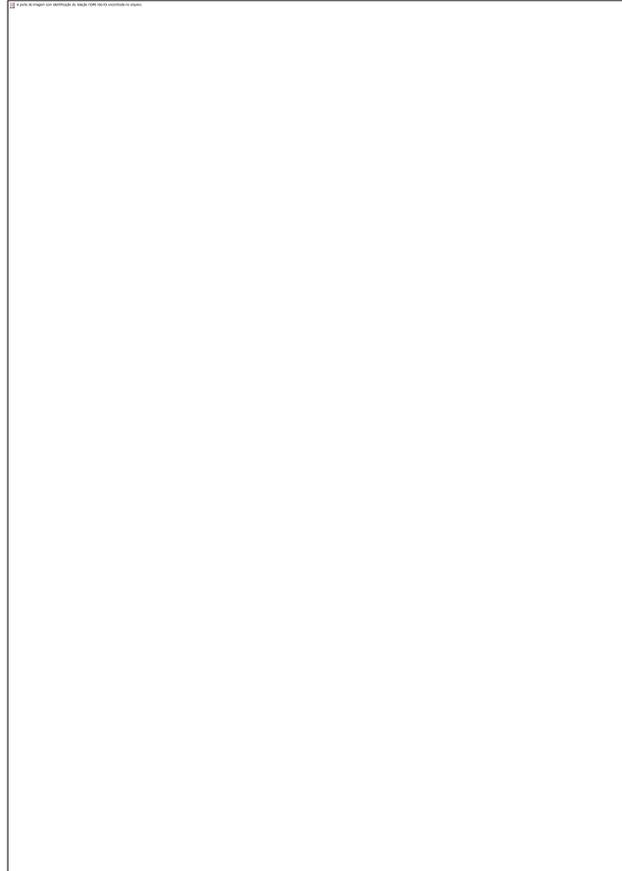
buscando retratar de fato o que o filme passa pro seu público dentro do cinema, buscando clareza para o trabalho e facilitando o entendimento dos espectadores do cartaz, dando assim uma real noção e uma parte da experiência sensorial que eles estarão vivenciando dentro do cinema.

8.6 Concretização: Concepção gráfica do layout

Terminada a fase de pesquisa e análises, inicia-se o desenvolvimento do layout para a produção do cartaz alternativo, e com as informações coletadas, torna-se mais viável o desenvolvimento com os riscos de erro minimizados.

Inicialmente, o problema que foi mais visado e o que mais necessitava de um cuidado maior foi o fato de que o cartaz antigo sem o título não dizia absolutamente nada sobre o filme, então para evidenciar o tema do filme, foi utilizado no *background* da peça uma suástica de cor vermelha para referenciar a tonalidade forte do único elemento com uma saturação maior na peça anterior.

Figura 29: Primeira Etapa do Desenvolvimento do Cartaz



Depois foi selecionado um personagem para ser o centro da peça, o que despertaria a empatia do público e que deixasse claro que ele seria o herói do longa, com expressões faciais de raiva e sofrimento como é o praxe de filmes de guerra. Porém, como o filme é de 2009, não existem imagens com qualidade satisfatória para ilustrar o cartaz, então após pesquisas de personagens, foi utilizado um modelo 3D chamado "Escaped Soldier", criado pelo artista Andor Kollar, para representar o Tenente Aldo Raine, ou até mesmo a representação não de um personagem, mas uma personificação do que seriam os Bastardos Inglórios por causa das suas vestes, que se aproximam mais do estilo sujo e despojado que os bastardos usavam durante o filme.

Figura 30: "Escaped Soldier", de Andor Kollar



Fonte: Ando Kollar website

Figura 31: The Bear Jew, de Bastardos Inglórios



Fonte: Cena do filme Bastardos Inglórios (2009)

Depois da escolha do modelo central, o "herói" da peça, era hora de solucionar o segundo problema, que foi passar através da peça toda a violência tão característica dos personagens do filme como foi citado anteriormente, porém nada que causasse um mal-estar no receptor, pois cartazes comerciais de filmes ficam expostos em locais públicos, então optou-se por representar tal violência por meio de representações de corpos de nazistas replicados diversas vezes, criando quase uma textura devido a proximidade, criando uma composição visual de baixa pregnância, com uma coloração de saturação baixa compondo o solo, no qual o herói estaria caminhando sobre, representando assim a sua violenta e incansável jornada de encontro ao regime nazista que antagoniza o filme.

Figura 32: Segunda Etapa do Desenvolvimento do Cartaz



Com os problemas citados solucionados, foi iniciada a inserção de elementos reais do filme na peça, como no cartaz anterior. No contorno da suástica, foram inseridos os seguintes elementos: Do lado esquerdo vemos o Tenente Aldo Raine e Bridget

Von Hammersmark, no ambiente do pub, em uma escala menor, representando a insignificância da resistência contra o monopólio nazista no qual o filme se passa, e do lado diretamente oposto a eles, vemos o principal antagonista do filme, o Hans Landa, desarmado e com um aspecto tranquilo, mantido pelo personagem ao longo do filme. Na parte mais alta e mais baixa da suástica foi inserida respectivamente a entrada do cinema e o ambiente interno do cinema, onde o filme atinge o seu ápice, mantendo a sensação de continuidade vista no cartaz original da obra.

Figura 33: Terceira Etapa do Desenvolvimento do Cartaz



Por fim, foram adicionados os elementos textuais do cartaz, como o título, o nome dos atores e o mote, e foi adicionado alguns detalhes finais de iluminação.

O título do filme, assim como no cartaz anterior, foi posicionado no centro, sobre a representação dos bastardos, identificando-o. O nome dos atores foi distribuído do

lado direito da peça, e o mote foi posicionado no topo do cartaz, onde foi deixado uma área livre sem nenhuma imagem ou informação crucial para o entendimento da peça.

Figura 34: Resultado final do Cartaz Proposto



Como resultado final foi elaborado e desenvolvido um cartaz mais condizente com a mensagem que o filme passa de verdade. Toda a violência incontável e visceral do filme retratados em um cartaz, porém respeitando certos elementos do cartaz original que formam sua identidade

Buscando a simetria, a imagem principal do filme é encontrada centralizada junto com o título, com também a frase de efeito, porém esta encontra-se no topo da peça. Os nomes dos atores também, apesar se estarem dispostos visualmente assimétricos à primeira vista, vemos que eles seguem a linha diagonal da suástica.

Vemos a marca do filme em primeiro plano, o personagem principal em segundo plano e os demais elementos em terceiro plano, dando uma sensação de fechamento.

Ao analisar a peça como um todo, fica clara a unificação dos elementos do personagem e dos corpos no chão em conjunto com a suástica com os personagens contidos nela para gerar uma só composição coerente e harmoniosa.

E já no plano da suástica vemos uma continuidade dos elementos que estão contidos dentro dela, como por exemplo a parte da suástica onde estão os personagens protagonistas guia o olhar do receptor ao antagonista do lado oposto dela, e na parte da suástica que cruza o lugar desses personagens é, simultaneamente a parte de fora e a parte de dentro do cinema, onde o filme culmina.

Com o cartaz final pronto, observamos que a mensagem passada por ele é completamente diferente da mensagem passada pelo cartaz anterior. Dessa vez, um cartaz bem mais visceral e condizente com o filme que ele representa, mas ainda sim, mantendo elementos característicos do cartaz anterior.

No que diz respeito a tipografia, foi utilizada uma família que conversasse com a tipografia utilizada no título do filme, a *Kondolar Black*, por ter elementos do mesmo estilo.

Quando falamos de cor, está intrínseco o papel fundamental delas em passar alguma mensagem em um projeto gráfico. No caso do redesign do cartaz, apesar de ser uma peça de baixa saturação, vemos a predominância de tons ocres, tanto no cenário quanto nos demais elementos (personagem e cadáveres). Esses tons frios e sem saturação passam uma ideia de desolação, quebrados pelo vermelho das braçadeiras e da suástica, representando o terror e a violência.

Sobre a procedência das imagens utilizadas, o modelo principal é uma modelagem tridimensional de um artista chamado Ando Kollar. O nome da arte é *Escaped Soldier*. No centro da suástica temos imagens capturadas diretamente do filme *Bastardos Inglórios*, e os cadáveres no chão são uma adaptação de um elemento encontrado em um dos cartazes promocionais do filme. As demais imagens de ambientação, background, iluminação e ambientação são livres de *royalties*, pois foram compradas no banco de imagens iStock.

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Design em seu sumo é uma área que se dispõe a solucionar problemas encontrados em determinados objetos que compreendem suas esferas, seja de produto, de moda ou gráfico. Com isso é delegada ao profissional de design a responsabilidade de resolver tais problemas. No caso da área gráfica, solucionar os problemas de comunicação visual, sejam esses problemas de layout, de cores ou de comunicação da peça com o público, e para isso é importante a escolha de elementos gráficos utilizados pois elas serão as responsáveis pela transmissão das informações propostas pelo cartaz e o seu êxito de comunicação.

Os cartazes de cinema, que é o objeto de estudo desse trabalho é agregador de todos os elementos gráficos em uma única peça, pois, além de informar sobre do que o filme se trata, o cartaz é responsável por passar a primeira experiência do público com o filme e também é responsável por seduzir o receptor, e esse contato acontece atualmente em sua majoritariedade em cinemas por decorrência do defasamento das videolocadoras, outrora tão importante para o cinema.

Como é sabido, o ser humano é atraído mais pelo visual que pelo textual, então nos cartazes a maior parte da informação é contada pela imagem, e independente do estilo adotado pelo designer ao criar um cartaz, a sua função é representar a temática do filme da melhor forma possível.

A composição da peça é mais que um produto de arte. É fruto de estudo e de referências, de erros e de acertos de cartazes já criados e de embasamento, bagagem e conhecimento da área de design para que assim seja possível o desenvolvimento de um cartaz com os riscos de erros minimizados ou até anulados.

Concluindo, a teoria acadêmica posta em prática em um exercício, serviu para mostrar que, além da qualidade estética e habilidade ferramental que um designer pode desenvolver, está intrínseco um estudo e uma metodologia seguida para a criação, tornando o projeto menos suscetível a erros, tornando a qualidade do produto final superior, mostrando assim que a criação de projetos de design que seguem uma metodologia e com a aplicação de conhecimentos adquiridos academicamente facilitam na obtenção de um resultado satisfatório

REFERÊNCIAS

BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica*. 4.ed. São Paulo: Editora Ática, 1990.

BASS, Jennifer, **KIRKMAN**, Pat, *Saul Bass: A Life in Film and Design*, 2011

BARTHES, Roland. *O Óbvio e o Obtuso*. 3 Ed. São Paulo: Editora Nova Fronteira, 1990

BIOGRAPHY.COM EDITORS, Quentin Tarantino *Biography* <
<http://www.biography.com/people/quentin-tarantino-9502086>>

Acesso em 10 de maio de 2016

COLLARO, Antonio Celso. **Projeto Gráfico: teoria e prática da diagramação**. 4.ed. São Paulo: Summus, 2006.

DONDIS, Donis. *A sintaxe da linguagem visual*. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

ECO, Umberto. *Como se faz uma tese em ciências humanas*. Barcarena: Editorial Presença, 1977. 13ª Edição.

ERBOLATO, Mário L. **Jornalismo gráfico: técnicas de produção**. São Paulo: Loyola, 1981.

FUENTES, Rodolfo. *A prática do design gráfico: Uma metodologia criativa*. 1ª Ed. São Paulo: Edições Rosari, 2006, 143p.

GOMES FILHO, João. *Gestalt do Objeto: Sistema de leitura visual da forma*. 6ª ed. São Paulo: Escrituras, 2004. 125p. H

GURAN, Milton. *Fotografia - Suporte da Memória Instrumento da Fantasia*. 2ª Ed. Rio de Janeiro. Editora: Centro Cultural Banco do Brasil, 2005.

HOLLIS, Richard. *DESIGN GRÁFICO: Uma história concisa*. São Paulo: Martins Fontes, 2005. 248p

HURLBURT, Allen. *Layout: o design da página impressa*. 2ª ed. São Paulo: Nobel, 1999. 157p.

IMDB, *Biography*, Quentin Tarantino.

<http://www.imdb.com/name/nm0000233/bio?ref_=nm_ov_bio_sm>

Acesso em 25 de junho de 2016

JOLY, Martine. Introdução à Análise da Imagem. São Paulo: Editora Papirus. 2007

JORGE, M. S. Cinefilia, cult movies e o filme Bastardos Inglórios, de Quentin Tarantino. Galaxia (São Paulo, Online), n. 25, p. 99-110, jun. 2013.

JUNG, Renan Sartori. O cartaz e sua contribuição para a evolução da linguagem visual na indústria cinematográfica. Inuí, 2003

LUCHTENBERG, Stephanye, **BEHLING**, Hans Peder. Padronizando o Mundo Pixar: A Linguagem Visual nos Cartazes de Toy Story e Monstros S.A. Itajaí, 2014

MAIA, Raphael, O desenvolvimento da imagem conceitual no design gráfico. <<http://www.blckdmnds.com/o-desenvolvimento-da-imagem-conceitual-no-design-grafico/>>

Acesso em 28 de abril de 2016

MOLES, Abraham. O Cartaz. 1ª Ed. São Paulo: Perspectiva, 1974, 255p.

MOLES, Abraham. O Cartaz. 2ª Ed. São Paulo: Perspectiva, 2004, 255p.

NIEMEYER, Lucy. **Tipografia: uma apresentação**. 3.ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

OLLIS, Richard. Design Gráfico: Uma história Concisa. 1ª Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001, 248p.

O Design de Produção em Jackie Brown, de Quentin Tarantino, Revista Design em Foco, Bahia, vol. 3, n, 2, Julio-Dezembro, 2006. P 9-19

Os Oito Odiados: uma análise semióticosistêmica-psicanalítica, Revista FAMECOS, Porto Alegre, v. 2, n,2, maio, junho, julho e agosto de 2017

PENA, Silvio da Silva. Saul Bass e os Créditos do filme Psicose de Alfred Hitchcock. Florianópolis, 2013)

Pulp Fiction e a não-linearidade narrativa, Revista FAMECOS, Porto Alegre, n. 7, Novembro, 1997, semestral.

RAIMES, Jonathan. Design Retrô: 100 anos de design gráfico. 1ª ed. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2007. 176 p.

RIBEIRO, Milton. Planejamento Visual Gráfico. 8ª ed. Brasília: LGE Editora, 2003. 498 p.

SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z. 3ª ed. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2003. 392 p.

SANTANELLA, Lucia. **NOTH**, Winfried. Imagem - Cognição, Semiótica, Mídia. São Paulo: Editora Iluminuras. 2005)

SANTOS, Fernanda de Oliveira. O Impacto das Diferenças Culturais nas Fusões e Aquisições. Rio de Janeiro, 2013

SOARES, Sérgio J. Puccini. Cães de Aluguel: Análise de um roteiro de Quentin Tarantino. Campinas, 2001

TEIXEIRA, Juliana de Oliveira. A importância dos componentes gráficos para a visualidade. Londrina, 2011

WONG, Wucius. Princípios de forma e desenho. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2010.