

O cinema em cartaz. Um estudo de caso : Fernando Pimenta

Carlos Eduardo da Silva Valente

“Cartaz é uma marca que você tem que ver em dois segundos, que nem out-door. Leitura em dois segundos (...) Título e imagem”. Segundo Fernando Pimenta é esta fórmula que ele procura seguir para um resultado preciso e eficaz.

A princípio, quando despertou a vontade de se fazer um trabalho onde as artes gráficas e o cinema se encontrassem - o cartaz - tinha-se em mente analisar o trabalho de apenas um artista, o seu conjunto de peças, ou apenas um cartaz. Mas a pesquisa revelou a necessidade de abordar também o desenvolvimento desta atividade ao longo dos anos. Por meio de um levantamento feito nos arquivos do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro e no Instituto Brasileiro de Arte e Cultura, percebeu-se que nem todos os cartazes possuíam identificação da autoria, pois nem todos os profissionais assinavam os seus trabalhos. Entretanto dois artistas destacaram-se pela quantidade de suas produções. O primeiro, o ilustrador Benício, que nos anos 70 dominou praticamente o mercado e depois, Fernando Pimenta, que como o seu antecessor representou os anos 80. Fernando Pimenta foi o escolhido por sua metodologia de produção ser muito próxima, para não dizer igual, a de um designer, apesar de sua formação publicitária.

Este é um resumo de um trabalho maior apresentado para a disciplina Semiótica da Produção Cultural no Meio Urbano que teve que se restringir, aqui, apenas a um capítulo: o cartaz nacional. O trabalho ainda constituía uma pequena história sobre o cartaz de cinema e os movimentos artísticos (destacando os cartazes expressionistas, soviéticos e americanos) e o cinema nacional.

Os cartazes, durante o período inicial dos grandes estúdios (Cinédia, Atlântida e Vera Cruz), marcaram pelo uso sistemático de ilustrações realistas tanto no drama, “Tesouro Perdido” de 1927, como nas comédias, “Corações sem Piloto”. O comportamento da época era respeitado. Num cartaz de filme romântico o beijo era apenas representado por sua insinuação, como em “Argila” de 1940. Obedecendo a uma forma tradicional, com textos centralizados, títulos em destaque e acompanhado, em tamanho menor, do nome da produtora, da atriz ou do ator. Eram exceções as comédias e os musicais que pelo tema proporcionavam uma maior liberdade ao artista, usando letras desenhadas e textos inclinados ou sugerindo movimento.

Foi por meio da comédia que se possibilitou o uso de uma nova linguagem gráfica nos cartazes. A Atlântida saiu na frente com as suas chanchadas de gosto popular. Usava-se cores quentes como vermelho e amarelo e as ilustrações eram mais caricatas, permitindo uma maior aproximação com o espectador. No cartaz “Matar ou Correr” de Carlos Manga, Jaimeson, seu criador, usa a inclinação das letras de uma palavra no título para reforçar o poder de sua mensagem. Agora existem duas situações abordadas por ilustrações, obedecendo a mesma hierarquia dos cartazes anteriores. O ator sempre foi um elemento de destaque dentro da composição do cartaz. E

em “Matar ou Correr” tanto o nome como a ilustração de Oscarito estão ressaltados. Este procedimento foi uma constante desde os primeiros filmes, como em o “Ébrio” de Gilda de Abreu, até os dias atuais, havendo um período em que o ator ou a atriz não eram os principais no filme, mas sim a obra e o autor.

A Vera Cruz foi uma das primeiras produtoras a ter um cuidado maior com os cartazes de seus filmes, mas continuava tendo a mesma linguagem e tendo as mesmas prerrogativas no uso dos seus elementos de composição (texto, título, ilustrações, cores...). Os dramas continuavam com cores densas e etéreas e as comédias alegres e vibrantes. Usava-se também a fusão de imagens e montagens de fotos com ilustrações como em “Apassionata” de 1951 e “A Família Lero-Lero” de 1953. Observa-se que as comédias continuam dando maiores possibilidades de criação através do uso livre da ilustração e das cores. Em “Veneno” de 1954 a composição é feita por 2 ilustrações que procuram passar o teor do enredo do filme através da montagem de 3 cenas. Ambas dramatizadas como se estivessem diante da lente de uma câmera, dando um maior destaque para o *close-up* do ator ao fundo. Nota-se, também, o uso de uma tipologia expressiva em cores que vão do amarelo ao vermelho.

A ilustração foi sempre um elemento imprescindível para o cartaz desta época, pois através dela o artista poderia transmitir a mensagem do filme. A fotografia ainda não era muito utilizada, apenas em algumas aplicações de rostos dos artistas. Entre os ilustradores pode ser citado Hetenyi Francini e Jayme Cortez. O primeiro tanto fez cartazes de comédia, “Uma Pulga na Balança”, como aventura, “O Cangaceiro”, ambos de 1953. Neste último, filme iniciador do “ciclo do cangaço”, ele utiliza uma ilustração com imagens que se fundem: em primeiro plano, acima do título, o cangaceiro, e atrás dele vários rostos dos personagens; abaixo, em plano geral e câmera baixa, uma das cenas mais bonitas do filme, os cangaceiros em fila montados nos cavalos tendo o horizonte ao fundo. Tanto a imagem do cangaceiro como da grande fila estão em tons avermelhados, quentes, sobre o fundo esverdeado.

Jayme Cortez fez pelo menos dois cartazes para os filmes de Mazzaropi: “Chofer de Praça”, de 1958, e “Jeca Tatu”, de 1959. Os cartazes estavam sempre muito cheios de ilustrações. Os textos e títulos não tinham apenas uma tipologia, às vezes alguns artistas apareciam em destaque com a foto de seu rosto dentro de um quadrado, círculo ou elipse. Era um “festival” de elementos ocupando a área toda do cartaz.

Dois filmes marcariam uma mudança tanto na linguagem cinematográfica, como na composição do cartaz: “Rio, 40 Graus”, de 1955, e “Rio, Zona Norte”, de 1957, marcavam o início do cinema novo e com ele uma nova linguagem na elaboração do cartaz. Por ser um filme influenciado pelo neo-realismo italiano, “Rio, 40 Graus” tenta passar um Rio de Janeiro com favelas, gente na praia, crianças ... a realidade da vida de um carioca. Difere na temática, não se tem mais o *glamour* e a fantasia dos filmes da Vera Cruz, mas o estilo do cartaz permanece. O uso de ilustrações se fundindo com o título do filme sobre elas, continua a ser usado, mas não há um ator ou atriz em destaque, todos os nomes dos atores estão alinhados à direita e com o mesmo peso. Observa-se isso também no cartaz do “Cangaceiro”. Contudo, “Rio, Zona Norte” feito pelo artista plástico Carlos Scliar, rompe com a ilustração e faz uso da fotografia. Uma foto de Grande Otelo ocupando a área quase toda do cartaz, tendo a sua esquerda 5 fotos de cenas do filme, ao centro o título em vermelho e no lado inferior esquerdo um quadrado laranja onde estão os nomes dos atores. Composição cartesiana muito coerente com o ambiente artístico da década de 50, aproximando-se dos princípios concretos – caso abstrássemos os elementos de sua composição. Caso isolado do período dos anos 50 quando não se via o uso constante de fotografias e uma composição mais dentro dos parâmetros artísticos do movimento em voga.

Outro grande exemplo de mudança, talvez com influências norte-americanas (como por exemplo Saul Bass), é “O Grande Momento” de 1958 (fig.1). Até então não se tinha visto um cartaz tão arrojado. Nos cortes de suas fotos, no uso da tipologia, na sua composição e no uso de elementos gráficos como as 3 setas coloridas (amarela, vermelha e azul). Todas as setas direcionam para a foto central, a foto do

um filme de Nelson Pereira dos Santos
escrito e dirigido por Roberto Santos

Gianfrancesco Guarnieri

Jaine Barcellos

Paulo Goulart

Myrian Pécia

Vera Fátima



o grande momento

distribuição: ubayara filmes

Fig. 1 - O Grande Momento, 1958

casamento, elemento de toda a narrativa. Apesar da quantidade de texto na parte superior, é um cartaz limpo e despoluído.

Novas linguagens

A década de 60 foi marcadamente um período de transformações em todas as áreas. Surge o neoconcretismo, o tropicalismo, a ESDI (Escola Superior de Desenho Industrial), Brasília, o golpe de 64... Se o cartaz de cinema na década anterior não havia sido influenciado pela abstração e geometrização das artes plásticas, nos anos 60 os movimentos artísticos vão influenciar a sua estética.

Mas, antes disso, as artes plásticas vão ser pressionadas a desenvolver uma temática regionalista, impulsionada pelas mudanças dos outros segmentos da cultura brasileira: o teatro, a

música e o cinema. Antes mesmo dos anos 60 começarem, o "ciclo do cangaço" representaria este novo olhar para o regionalismo nacional.

A partir de 1962 o Centro Popular de Cultura (CPC) da União Nacional dos Estudantes, com sede no Rio de Janeiro, passava a ditar as regras, criando um manifesto.

*"Uma das preocupações maiores do texto-plataforma em citação era a de bem esclarecer as diferenças entre 3 modos possíveis no relacionamento da arte com o povo: a arte do povo, a arte popular e, por fim, a arte popular revolucionária. Tanto a arte do povo, em sua ingênua inconsciência, quanto a arte popular: como arte da distração vital, não podem ser aceitas pelo CPC como métodos válidos de comunicação com as massas, pois estas formas artísticas expressam o povo em suas manifestações fenomênicas e não em sua essência."*¹

Artista como Gilvan Samico e Newton Cavalcanti começaram a trabalhar com xilogravuras. Referências das ilustrações dos livretos do romanceiro popular nordestino (o cordel). Utilizando sua forma rude e econômica sem porém dar-lhes um caráter político.

Deste período os trabalhos de Aldemir Martins são relevantes, tanto as gravuras à nanquim como o cartaz para o filme "3 Cabras de Lampião" de 1962. Aldemir usa a forma simples das xilogravuras e as transporta através de um emaranhado, às vezes complexo, de linhas paralelas insinuando os veios da madeira. Mas ao contrário de suas gravuras à nanquim, no cartaz ele usa cor como forma de expressão, para intensificar a paisagem nordestina. Outros cartazes, como "Barravento" de Calazans Neto e "Bahia de Todos os Santos" de Hamilton, ambos de 1960, utilizam, também, as ilustrações da literatura de cordel como forma de linguagem. Extremamente simples, com poucos elementos e uso, quase obrigatório, do fundo branco com ilustrações em preto e detalhes em vermelho.

Mas nem só de filmes regionais rurais estava constituída a cinematografia da década de 60, outras temáticas também foram usadas, como a temática urbana e a crônica policial. E nem só de referências regionais (xilogravuras/cordel) ou ilustrações realistas eram feitos os cartazes. A

ilustração nunca foi abolida totalmente pois possibilitava mostrar com mais detalhes ou captar toda a dramatização de uma cena que uma fotografia talvez ainda não pudesse fazer. E a verba era modesta e não possibilitava uma produção fotográfica que substituisse o resultado formal e econômico de uma ilustração.

Exemplos como “Bonitinha mas Ordinária”, de 1963, feito por Sami Matar, mostra claramente a força que a ilustração tem em representar uma das cenas mais dramáticas do filme. Com um fundo vermelho (que é ao mesmo tempo a cor da roupa dos três homens); sombra laranja projetada no chão pelo grupo; mulher em branco (branco do papel); o corpo dos homens e o contorno do rosto da mulher em preto, o cartaz transmite todo o clima de tensão da cena. Este ainda é mais reforçado pela maneira como estão posicionados os 4 elementos (mulher e 3 homens) e como é vista a cena, uma verdadeira imagem cinematográfica (câmera alta). Percebe-se nesta ilustração a maneira econômica do desenho onde não existe meio-tom. Como se fosse uma reprodução a traço, isto é, os tons ficam reduzidos ao preto ou branco (substituído ora pelo vermelho e ora pelo laranja). O uso do auto contraste foi muito utilizado por este período. Este tipo de processo estava sendo desenvolvido, também, pelos cartazes de cinema cubano. Aliás depois da queda do regime Batista, em 1959, o governo revolucionário guiado por Fidel Castro, estimulou a produção cinematográfica cubana. E a estética destes cartazes vinha do processo técnico *silk - screen* que era mais barato do que a litografia, cujo resultado assemelhava-se aos cartazes do final do século passado feitos por The Beggarstaffs². The Beggarstaffs usava largos planos de cor misturados às silhuetas. Utilizava o característico desenho liso e simplificado que havia se convertido na essência da poderosa imaginária desde Toulouse Lautrec. Este tipo de linguagem havia sido recuperada ora pelas serigrafias (*silk screen*) do cartaz cubano, ora pelas obras de Wandy Warhol e, ainda, reforçado pela cultura hippie e pela cultura de massa.

Esse cartaz possibilitou que o espectador também conseguisse ver com os olhos dos cineastas. O olhar do espectador muda a partir da presença constante do cinema, da televisão e da fotografia. A linguagem cinematográfica já não é

mais só do cineasta, ela, de alguma forma, já está incorporada à comunicação com o público. O que a arte no Brasil, nos anos 50, com sua abstração e geometrização fez foi, de certa forma, afastar o espectador. A figuração e as temáticas regionais e cotidianas procuraram trazer de novo o interesse para a arte. A maneira mais fácil de se comunicar era através de uma linguagem simples, de fácil assimilação, e que tivesse uma afinidade com o espectador.

A fotografia chegava ao seu limite quando era usada em auto contraste. Simples e econômica em todos os sentidos. Era a maneira mais pura e significativa de uma imagem, o branco do papel e o preto das sombras. “Os Cafajestes”, de 1962, e “Cara a Cara” são dois exemplos do uso deste recurso. No primeiro ainda há, além do preto, aplicação de duas cores, o vermelho e o amarelo. O corte e, conseqüentemente, o desvio uniforme entre as letras do título em vermelho reforçam a distorção de personalidade de dois personagens do filme. Em “Cara a Cara”, desenvolvido por Rogério Duarte, resgata-se a proposta do objetivo original do cartaz de ser um objeto exposto lado a lado nos muros ou paredes, criando um grande painel, no qual ele é apenas um módulo. E o resultado satisfatório está justamente na sua dinâmica. Neste cartaz o uso da dualidade branco/preto, mulher/homem, esquerda/direita e em cima/em baixo possibilita, quando colocados lado a lado e invertido, uma dinâmica de oposições. Simples e extremamente bem composto, equilibrado e simétrico.

A fotografia aplicada simplesmente, como em “A Falecida”, de 1965, ou composta recortada junto com outras fotos e ilustrações, como em “Cinco vezes Favela”, de 1962, ou ainda aplicando recursos de impressão e dando destaque a um elemento dentro da fotografia, como em “O Pagador de Promessas”, de 1962, sempre foram formas que artista gráfico nenhum dispensou. Alguns menos, outros mais criativos, como Rogério Duarte em “Deus e o Diabo na Terra do Sol”, de 1964 (fig.2), que chega a maestria de usar a força do grafismo, da foto e de uma diagramação perfeita e inusitada para este cartaz. O título junto com os nomes dos atores, produtor e cineasta ocupam 15% da área do cartaz, o restante é ocupado por uma fotografia da persongam de Othon Bastos segurando firme-



Fig. 2 - Deus e o Diabo na Terra do Sol, 1964

mente um punhal de uma forma quase sagrada ou solene, como em um ritual. O fundo do cartaz é todo vermelho e um grande sol deixa em destaque o rosto do ator em preto e branco, com as chamas em duas cores alternadas (amarelo e rosa). Todos os elementos do cartaz remetem ao título do filme: a forma em cruz, constituída pelo punhal na vertical visto sob a faixa do chapéu na horizontal (Deus); a cor vermelha (diabo); o sol; as cores; e o cangaceiro (a terra do sol - nordeste).

Se em "Rio, Zona Norte" tem-se o início de uma nova linguagem cinematográfica e gráfica, tendo como ápice o "Deus e o Diabo na Terra do Sol", "Macunaíma" marca uma nova trajetória para o cinema nacional. Nesta obra, o cineasta Joaquim Pedro faz uma releitura da obra de Mário de Andrade, com a importância de colocar o cinema brasileiro no circuito da cultura de massa. "Afinado nesse sentido com o Tropicalismo, Joaquim diria que naquele momento procurar um tipo de purismo em cinema, que implacasse uma recusa ao desafio do consumo de massa seria uma atitude reacionária"³. "Macunaíma" foi

duramente criticado pelos cineastas do cinema novo. Por ser em cores, ter atores de televisão e atingir o mercado, foi considerado uma traição aos ideais do movimento.

A partir do momento em que o cineasta Joaquim Pedro resgata, através de uma releitura, uma obra do movimento modernista brasileiro, o cartaz procura também resgatar esta fase nacionalista mais embrionária, que aconteceu na década de 20. O cartaz de Anísio de Medeiros resgata as cores alegres e vivas e traz a temática do humor irônico e debochado do cinema brasileiro. Vai sendo substituída gradativamente a linguagem "panfletária revolucionária", como em "O Bravo Guerreiro", de 1968, feito por Rubens Gerchman, onde os recursos gráficos como auto-contraste, uso de duas cores sobre fundo branco e letras como se fossem feitas por "stencil" eram tão característicos.

Ilustração

Há uma volta do uso mais sistemático da ilustração no cartaz, talvez gerado pela necessidade de mostrar o humor e a malícia tão em voga no período da pornochanchada. Mas estas mudanças não acontecem de uma hora para outra. Esta passagem pode ser bem exemplificada no cartaz e posteriormente nos outros trabalhos de Ziraldo. Em "Um Ramo para Luísa", de 1964, temos a foto do casal em auto-contraste e uma ilustração de um buquê de flores com a parte inferior formando um punhal. Este punhal afasta as duas letras "U" e "I" da palavra "Luísa" e mancha-as de sangue. Neste caso o auto-contraste, tão usado como síntese de uma imagem, compartilha a composição com a força da ilustração. Duas maneiras de abordar um tema, dois recursos gráficos. Um realista ao extremo (síntese da imagem fotográfica), a outra a fantasia, algo além da realidade. Uma preta e branca a outra colorida. Em uma não se revela muita coisa, na outra se presume uma tragédia.⁴

Ziraldo imprime em seu traço uma linguagem retirada das caricaturas, charges e histórias em quadrinhos. Não se intimida em levar toda a malícia do humor carioca (apesar de ser mineiro) até porque se encaixa perfeitamente com

os títulos dos filmes. Em “Toda Donzela Tem um Pai que é uma Fera”, de 1966, usa de uma maneira surrealista para enfatizar tanto a “Donzela” como a “Fera”, não dispensando, contudo, o largo contorno preto de seus desenhos.

Fica fácil identificar, por meio do traço, a autoria dos seus cartazes, como na chanchada “Rio, Verão e Amor” dirigida por Watson Macedo.⁵ Aqui, sem comprometimento nenhum com a realidade, transfere para o cartaz a iconografia de Copacabana (calçadas de pedras portuguesas, mulheres de biquíni) de uma forma cubista sem se importar com a perspectiva do desenho. Como se tivesse sido cortada e colada, semelhante aos trabalhos de Braque e Picasso. E faz valer a força do seu traço para conseguir sintetizar em uma forma todo o simbolismo de suas figuras.

Ziraldo continuou fazendo cartazes de cinema durante a década de 70 e utilizando o deboche para filmes um pouco mais eróticos como “Como é Boa a nossa Empregada” (1972) e “Amante Muito Louca” (1973). Em 1970 fez “Ascensão e Queda de um Paquera” (fig.3), “A Arte de Amar Bem” e “O Donzelo”. Em “Ascensão...” resume no casal representado todo o título do filme. Por meio do comportamento da figura masculina, tem-se os opostos referidos no título: “ascensão” e “queda”. Ascensão por estar sendo carregado pela mulher (mais uma conquista) e queda pela maneira como o dedo da mão direita está direcionado. Além disso o comportamento ingênuo (a cabeça encostada e a posição dos pés) contrapõe-se com a mão em torno da mulher sugerindo malícia.

Mas, conhecendo cartazes como “Os Paqueras” e “Os Bonecas”, é de se admirar que o cartaz do “Assalto ao Trem Pagador” seja seu também. Este filme de 1962, a princípio, não nos remete a nenhum trabalho de Ziraldo pelo fato de não ter ilustrações, a não ser a mancha de sangue desenhada.

Ele reflete bem o ambiente de uma época onde a página impressa de um jornal se fez notar. Entre 1956 e 1959, uma ampla reforma editorial transformou o Jornal do Brasil e estabeleceu um padrão que influenciaria toda a imprensa do país. Esta reforma introduziu mudanças na diagramação das páginas e na concepção dimensional e estética do uso de fotos. Com estas inovações, além de



Fig.3 - Ascensão e Queda de um Paquera, 1970

informar, pretendia-se chamar a atenção do público por meio do apelo visual. O cineasta, por sua vez, ia também até o jornal para obter inspiração para as histórias de seus filmes, como o próprio filme em questão.

Mas não eram só as ilustrações de Ziraldo que povoavam o universo de cartazes de cinema. E nem só de ilustrações “a la Pasquim” eram feitos os cartazes. “Adultério a Brasileira” feito por Zélio (irmão de Ziraldo) e “Como era gostoso o meu Francês” feito por Waldyr Surtan em 1970 mostram que se podia usar a linguagem debochada ou não de um Pasquim, sem perder o humor.

Nos anos 70 entra em cena um dos maiores ilustradores de cartazes, Benício. Dono de uma técnica realista, as suas ilustrações marcaram os cartazes de cinema, principalmente os filmes dos Trapalhões como, por exemplo, “O Cangaceiro Trapalhão”. O seu nome está tão identificado com

o cinema nacional que, para a comemoração dos 50 anos de Cinédia, foi chamado para produzir um cartaz em virtude da exibição do filme "Bonequinha de Seda", uma das grandes produções deste estúdio. Fez cartazes de obras literárias como "Dona Flor e seus dois maridos", de 1976 (fig.4), e "O Cortiço", de 1978, respectivamente de Jorge Amado e Aluísio Azevedo, e de pornochanchadas como "Os Mansos", de 1973, e "Ainda agarro essa vizinha", de 1974.

Seus desenhos ilustram perfeitamente as cenas dos filmes os quais são colocados sobrepostos no cartaz. Desenvolvidas a partir de fotografias das filmagens, as suas ilustrações dão ao espectador um conjunto de imagens que serão vistas como se fosse um *thriller* do filme.

Fernando Pimenta e os anos 80

Fernando Pimenta nasceu no Rio de Janeiro em 1950, e desde os 16 anos trabalha com desenho. Sempre gostou de desenhar. Começou fazendo perspectivas para escritórios de arquitetura. Sem formação acadêmica, apesar de ter começado o curso de Belas Artes da UFRJ e ter largado por achar "muito bobo"⁶, trabalhou na agência de publicidade Artplan, onde teve o seu primeiro contato com o cartaz de cinema.

Na Artplan, então, fazia o seu 1º cartaz, "O Desconhecido", de 1977, um filme de Ruy Santos. Mais tarde apareceu a oportunidade que seria a maior de sua vida: trabalhar como diretor de criação da Embrafilme. Segundo ele: "*poderia ter acontecido a qualquer um...mas aconteceu comigo*"⁷. Ele atribui a quantidade expressiva de cartazes de sua autoria devido à grande produção cinematográfica da Embrafilme e, conseqüentemente, ao nome que conquistou no mercado. Quando saiu da Embrafilme, em 1983, formou a sua própria empresa, Idéia, e continuou trabalhando com cartazes para cinema. A Embrafilme lhe abriu as portas para o cinema, não só como profissional mas como mais um "filho" da grande família de cineastas nacionais. Segundo ele os seus clientes são todos amigos e o trato fica mais fácil e sem entremeios.



Fig.4 - Dona Flor e seus dois maridos, 1976

De um dos seus primeiros trabalhos também veio um dos seus primeiros prêmios, "Bye Bye Brasil", de Carlos Diegues (1979). A princípio foi lhe proposto fazer um pré-cartaz, que seria distribuído ainda durante as filmagens. Com a falta de qualquer outro elemento que pudesse lhe servir para a composição do pré-cartaz, além do roteiro, repetiu 3 vezes "Bye Bye Brasil" e encheu com ilustrações referentes ao Brasil. O cartaz de imediato não foi bem aceito, mas foi este pré-cartaz que recebeu prêmios em Cuba e EUA.

A sua forma de compor o cartaz é como a de um diretor de criação, herança publicitária. Ele transmite, por meio de um lay-out, a idéia para terceiros (ilustradores, fotógrafos e arte-finalistas) executarem. O lay-out antes é mostrado ao cliente, o cineasta, para aprovação. Às vezes o cineasta já vem com a idéia pronta e "se for boa eu faço", completa Pimenta.

No conjunto de sua obra, que marca de alguma forma a estética do cartaz de cinema da década de 80, percebe-se a volta mais expressiva do ator e da atriz como elementos fundamentais

na composição. Como uma composição publicitária, e deixando o ar debochado da década passada, a técnica predominante é a fusão de imagens fotográficas produzidas fora ou dentro do estúdio. Não só o ator e a atriz recebem um enfoque especial, o título do filme passa a ser mais bem cuidado, dando-lhe uma identidade. Cria-se, então, o logotipo dentro do cartaz como elemento importante que dará identidade ao filme. O importante é observar que a composição do cartaz já não se faz apenas por uma vertente artística, mas busca-se identificar um produto que será colocado ao consumo e para tanto é necessário uma identidade.

Fernando Pimenta sempre trabalhou os seus títulos. No cartaz "Bye Bye Brasil" as letras são arredondadas (Bye Bye) e em bloco (Brasil) criando uma tridimensionalidade. Mas o cartaz em que se percebe um cuidado maior com o título é "Pixote - a lei do mais fraco", de Hector Babenco (fig.5). Ele priorizou a palavra Pixote em detrimento do resto, criando título e sub-título. O cartaz é composto pela palavra "Pixote" inclinada na parte superior e o restante abaixo da letra "P" alinhado pela esquerda. Uma foto do protagonista nu, sendo perseguido por um carro em uma rua escura, com mais quatro fotos dos rostos dos outros personagens e seus créditos abaixo terminam de compor o cartaz. A foto maior acompanha a mesma inclinação do título e o protagonista está mais à direita, equilibrando com o peso do sub-título à esquerda a composição. Mas é no logotipo que está toda a sua grandeza. A letra "X" da palavra Pixote, que vai do amarelo ao laranja, foi substituída por duas pinceladas em vermelho formando um "X". A letra transformou-se no signo "X", numa imagem, num ícone. "X" de proscrito; "X" que é usado em fotografias onde se tem menores infratores; "X" de eliminar, censurar, executar... "X" em vermelho de alerta, perigo.

Em outros filmes, também, recorreu à forma para reforçar a mensagem do título. "Luzia Homem", de Fábio Barreto, e "Prá Frente Brasil", de Roberto Farias, são dois exemplos. Em "Prá Frente..." usa a dualidade para intensificar a idéia de direção (progresso), utilizando, por meio de uma ilustração, um painel eletrônico luminoso como suporte para escrever "Prá Frente" e invertendo a leitura da palavra "Brasil" dentro de uma faixa preta. Na leitura de "Prá Frente" o painel

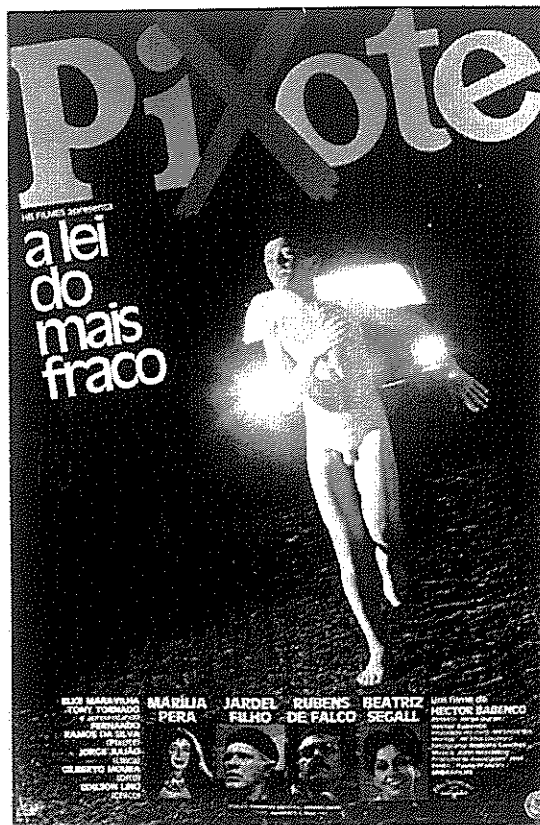


Fig.5 - Pixote - a lei do mais fraco

é um recurso para reforçar o significado de modernidade ao mesmo tempo que contrapõe-se com o sentido de leitura da palavra "Brasil". E ainda reforçando este estado de retrocesso, o protagonista é colocado de cabeça para baixo como quem está sendo torturado em um pau de arara.

Em "Luzia Homem" (fig.6) utiliza, também, a dualidade, o contraste, para transmitir a mensagem de uma heroína forte mas feminina. No título, "Luzia" está para feminilidade, assim como as letras manuscritas, finas e brancas; enquanto o "Homem" está para a masculinidade, assim como as letras grossas, rudes (referência à região) e vermelhas. Não sendo necessário, talvez, a chamada: "Age e pensa como homem. Ama e sente como mulher". Este cartaz para Pimenta é "redondinho". É perfeito. O recurso usado para unir a foto de Claudia Ohana sobre o cavalo com o fundo do cartaz, permitindo uma passagem menos estanque do que um corte reto, se faz por meio de um grafismo expressionista.

Sugere ação, emoção e movimento, ao contrário de um corte reto.

Na verdade o cartaz é formado por vários elementos que devem se encaixar perfeitamente para funcionar bem. A figura do ator e da atriz é um desses elementos. Raramente não se tem a ilustração ou fotografia dos personagens no cartaz. Identificados sempre pelo espectador, os atores tem uma relação como o público de proximidade, dada por meio da televisão. São atores que constantemente aparecem em novelas, logo reconhecidos pelo público. Eles são códigos de uma linguagem cinematográfica, os quais o cartaz pega emprestado. Eles diminuem a distância entre a obra e o espectador, entre o objeto e o sujeito. Permite uma comunicação mais fácil e imediata – pelo menos desperta o interesse. Acompanhados por outros códigos fazem do cartaz um meio de comunicação importante entre público e filme. Em “Rei do Rio”, de Fábio Barreto (1985), “O Homem da Capa Preta”, de Sérgio Rezende (1986), “O Romance da Empregada”, de Daniel Filho (1988) e “Dias Melhores Virão”, de Carlos Diegues (1989), os atores criam uma identificação com o público. Acompanhados ou não de outros códigos cinematográficos, por meio de ilustração ou fotografia, eles são elementos fundamentais na composição do cartaz, transmitindo a emoção evocada pelos personagens. “Rei do Rio” e “O Homem da Capa Preta”, por exemplo, usam o código do figurino para personificar o ator e fazer, por meio das cores, uma relação com o título. O vermelho e branco do forro da capa e da camisa em “O Homem da Capa Preta” e da gravata e do paletó no “Rei do Rio”.

No “Romance da Empregada” (fig.7) os códigos são outros. A cenografia e a gestualidade fazem com que transmita um humor ingênuo. Apesar de que o objetivo do secador com tubos coloridos – os tubos foram colocados pois não existem no aparelho – era para criar uma atmosfera de presente e futuro, fazendo uma referência aos astronautas. Além de referendar o tempo, recorre ao secador e à peruca para transmitir uma estética kitsch com uma linguagem pop, pois valoriza o objeto.

Num clima intimista e profundo, onde dois atores contracenam o filme todo, “Eu sei que vou te amar”, de Arnaldo Jabor, tem o seu cartaz

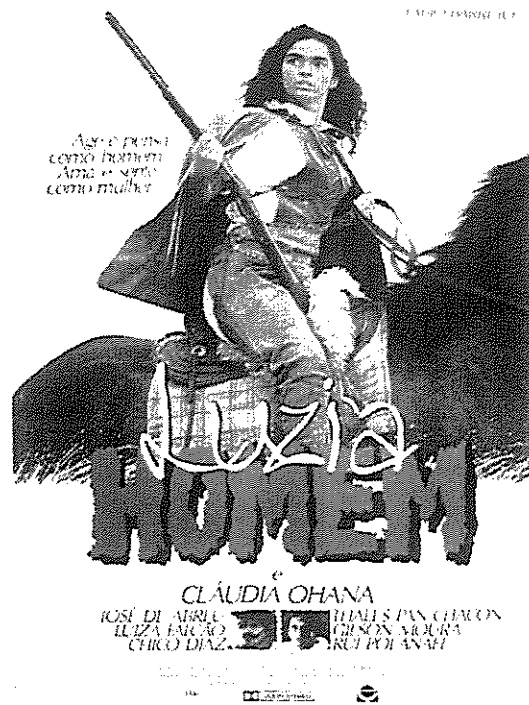


Fig.6 - Luzia Homem

premiado (fig.8). Usando a foto de um casal se abraçando com uma iluminação do lado superior esquerdo, fundo preto e um título cujas letras estão uma atrás da outra, fazendo uma analogia à posição do casal, o cartaz é um dos preferidos de Pimenta. Aproveitou um recurso gráfico para resolver um problema: a extensão do título. O título é composto em três linhas com a terceira mais à esquerda quebrando o alinhamento das outras duas, além de estar em dourado enquanto as demais estão em branco. A foto do casal em uma posição inusitada teria sido inspirada em uma foto encontrada num “livrinho de casalzinho francês”⁸, segundo Pimenta, que teria agradado de imediato ao Jabor. Este cartaz marcou tanto que mais tarde duas revistas nacionais usaram a mesma posição para compor as suas capas. Neste cartaz a iluminação e a gestualidade dos atores somados à composição das letras do título sintetizam todo o comportamento do casal protagonista.

Não foi a primeira vez que o artista recorreu a uma referência para desenvolver um cartaz. Outro exemplo foi “O homem que virou suco”, de João Batista de Andrade (1980). Por intermédio de uma montagem, coloca um homem pendurado

no alto de um prédio fazendo uma alusão a uma das cenas mais famosas do filme "King Kong".

Em "Beijo na Boca", o cartaz passa um clima de sensualidade (o casal de atores seminus se beijando) e violência (a atriz segurando um revólver). A bobradinha sexo e violência sempre deu boa bilheteria. Baseado em fato real (o "Caso Lou"), o filme mistura ficção e realidade. Da mesma forma Pimenta usa estes conceitos na composição do cartaz onde põe como cenário da foto um letreiro de cinema. No letreiro o filme que está sendo exibido é o próprio filme em cartaz, com o seu título e atores. Onde começa a ficção e termina a realidade?

Todo profissional de criação, queira ou não, sofre influência constante das imagens que povoam o seu dia-a-dia. E toda esta informação é processada e arquivada de alguma forma podendo mais tarde se tornar um instrumento para um novo trabalho. A

maneira como ele desenvolve esta informação é que o torna mais, ou menos, criativo e original. Estas influências podem vir por meio de uma linguagem, de um recurso gráfico, de uma foto, de um filme etc. Pimenta utiliza, então, essas influências, mesmo inconscientemente, para compor o cartaz, seja para dar uma temática surrealista como em "Erendira", de Rui Guerra (1983), e "Chico Rei", de Walter Lima Jr. (1986), ou valendo-se de recursos gráficos expressionistas como em "A cor do seu destino". Dando valor a um objeto que por sua forma transmite a idéia de futuro e progresso, um recurso dadá com resultado pop - "Romance da empregada". Pop também é o resultado técnico (recorte e montagem) dado a "Águia na cabeça", de Paulo Thiago (1984). Ele coloca vários objetos referentes ao universo de um bicheiro junto com atores presentes ou representados por fotografias, lembrando o trabalho "O que exatamente torna os lares de hoje tão atraentes" de Richard Hamilton (1956).

100



Fig. 7 - Romance da Empregada

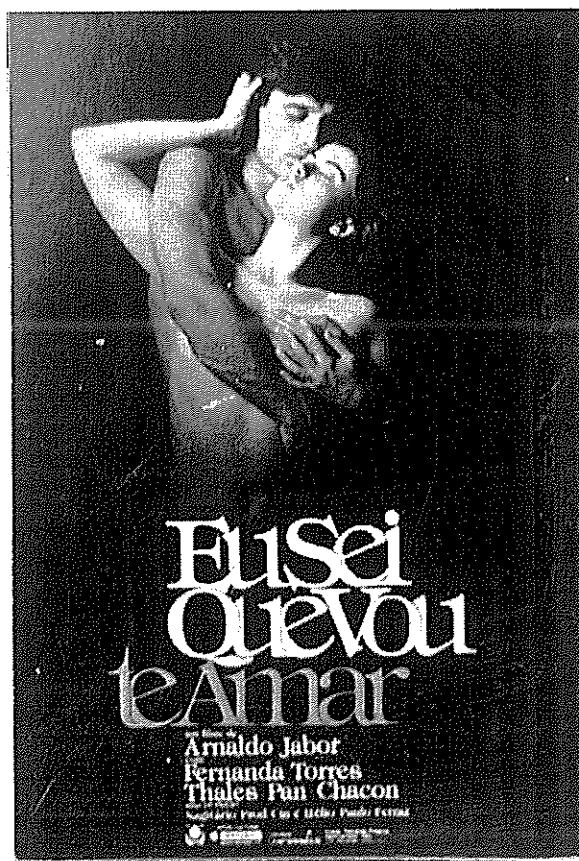


Fig. 8 - Eu sei que vou te amar

Mas segundo o próprio Fernando Pimenta “*cartaz é uma marca que você tem que ver em dois segundos, que nem out-door. Leitura em dois segundos. (...) Título e imagem.*”⁹ é esta fórmula que ele procura seguir, que se torna complexa quando analisada independentemente mas que dá o resultado preciso e eficaz ao cartaz tornando-se, posteriormente, referência como no exemplo de “Eu sei que vou te amar” e, mais recentemente, em uma propaganda de cartão de crédito onde foi utilizada uma foto com as mesmas características do cartaz de “Pixote”.

Conclusão

Assim, neste breve texto, foi possível, de alguma forma, ter uma visão do desenvolvimento dos cartazes cinematográficos ao longo desses anos fazendo o mesmo caminho do desenvolvimento do cinema: os grandes estúdios, o cinema novo, a pornochanchada e o cinema dos anos 80

A ilustração sempre foi uma ferramenta útil para o artista que a partir dos anos 60 vai sendo substituída pela fotografia, porém não eliminada. Na verdade o uso de um ou de outro recurso vai depender muito da formação do artista. Um Benício, por exemplo, não usaria uma foto em seus cartazes por ser um ilustrador.

As influências no desenvolvimento do cartaz vão desde o meio para o qual ele é produzido, no caso o cinema, até a formação daqueles que estão confeccionando-o. Ao longo do tempo muitas transformações ocorreram com o profissional de criação. Nem só desenhistas ou ilustradores produziram cartazes. Artistas plásticos, publicitários (diretores de arte) e designers deram as suas contribuições. A história do cartaz se mistura ao desenvolvimento dessas profissões. Sendo assim cada profissional dará um enfoque diferente que será respectivo à sua formação.

O cinema novo transportou para o cartaz uma linguagem mais sintetizada da realidade: ilustrações e fotos em auto-contraste e economia de cores (preto, branco e vermelho). Linguagens regionalistas também eram usadas, como a xilografia inspirada

na literatura de cordel, em consequência do movimento de nacionalização que estava começando a surgir no cinema, teatro e artes plásticas.

Com a popularização do cinema, seguida pela da fotografia e da televisão (cada um ao seu tempo), o público passa a ver os cartazes com outros olhos, com os olhos de um cineasta. Já não se torna estranho ou difícil de perceber um cartaz composto por fotos em *close-up*, câmera alta ou plano geral. A linguagem cinematográfica, por meio de seus códigos, é aproveitada para a confecção do cartaz. Estes códigos são desde ângulos e planos até os próprios atores.

Várias foram as fases que marcaram o cinema assim como marcariam também a estética do cartaz. Porém parece que o tratamento de alguns artistas consegue superar qualquer influência e marcar mais do que qualquer movimento. Assim como Jayme Cortez marcou os cartazes dos filmes de Mazzaropi e Benício os cartazes dos filmes dos Trapalhões, Ziraldo deu a sua contribuição à comédia sexy da década de 70. Com seus bonecos característicos e com um enfoque quase sempre malicioso e bem humorado, marcou quase uma década. Sem usar das chamadas soluções mais comerciais, como fotos eróticas ou insinuantes, nem caras e nem corpos dos atores e atrizes, Ziraldo primou pelo uso de cores sempre alegres e vibrantes contornadas com o seu largo traço preto.

Enfim, este trabalho procurou abordar de uma maneira sintética os caminhos e recursos encontrados ao longo do desenvolvimento do cinema e do seu cartaz. Esta atividade que há pouco tempo comemorou 100 anos e que agora, a nível nacional, desperta depois de um longo tempo adormecida, não pode ser esquecida ou renegada como forma de arte e segmento importante na conjuntura cultural de nosso país.

Notas

¹ PONTUAL, Roberto. *Entre dois séculos*. Rio de Janeiro : Editora JB, 1987, p.291.

² James Pryde e William Nicholson eram dois artistas ingleses que denominavam-se “The Beggarstuffs”. Admiradores de Lautrec, faziam cartazes no final do século passado que vieram a influenciar outros artistas como Ludwig Hohlwein e Lucian Bernhard

³ HOLLANDA, Heloisa Buarque de. **Cultura e participação nos anos 60**. São Paulo; Editora Brasiliense, 1990, p.50.

⁴ No livro Ziraldo 40/55 editado pela Salamandra, Ziraldo explica que a proposta inicial não teria sido essa, mas apenas o buquê com algumas modificações. E segundo ele mesmo era muito artístico para ser aprovado por Jece Valadão.

⁵ PINTO, Ziraldo Alves. **Ziraldo 40/55**. Rio de Janeiro: Editora Salamandra, 1988, p.85.

⁶ Entrevista realizada no dia 10/02/95 com Fernando Pimenta

⁷ Ibidem

⁸ Ibidem

⁹ Ibidem

Bibliografia

HOLLANDA, Heloisa B de, GONÇALVES, Marcos. **Cultura e Participação nos anos 60**. São Paulo : Editora Brasiliense. 1990

LABAKI, Almir. **O Cinema dos anos 80**. São Paulo : Editora Brasiliense. 1991

102 LANDO, Milton. A Arte do Título. In: **Filme Cultura nº 3**. Editada com recursos originários do convênio celebrado entre o INCE, do Ministério da Educação e Cultura e o GEICINE, do Ministério da Indústria e Comércio. 1967.

PAIVA, Salvyano Cavalcante de. **História Ilustrada dos Filmes Brasileiros. (1929-1988)**. Rio de Janeiro : Livraria Francisco Alves Editora S.A.1989.

PINTO, Ziraldo Alves. **Ziraldo 40/55**. Rio de Janeiro : Editora Salamandra. 1988

PONTUAL, Roberto. **Entre Dois Séculos**. Rio de Janeiro : Editora JB. 1987

SOUZA, Carlos Roberto de. **A fascinante História do Cinema Brasileiro**. São Paulo : Fundação Cinemateca Brasileira.1981

Arquivos

Cinemateca do Museu de Arte Moderna
Instituto Brasileiro de Arte e Cultura
Arquivo Fotográfico particular de Márcia Bergman Moraes

Entrevista

Entrevista realizada no dia 10/02/95 com Fernando Pimenta.

Este artigo foi realizado a partir da monografia desenvolvida no 2º semestre de 1994 para a disciplina Semiótica da Produção Cultural do Meio Urbano, do Mestrado em História da Arte EBA / UFRJ, orientada pelo Prof. Rogério Medeiros.