

Universidade de Brasília
Instituto de Artes
Departamento de Desenho Industrial

A CAPITAL DOS MORTOS
Material Promocional do Filme
Clara Dantas Farias

Brasília, 2008

Universidade de Brasília
Instituto de Artes
Departamento de Desenho Industrial

A CAPITAL DOS MORTOS

Material Promocional do Filme

Clara Dantas Farias

Monografia apresentada ao Departamento de Desenho Industrial do Instituto de Artes da Universidade de Brasília como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Desenho Industrial – Programação Visual, sob a orientação do professor Christus Nóbrega.

Brasília, 2008

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS 5

RESUMO 7

ABSTRACT 8

1 INTRODUÇÃO 9

1.1. APRESENTAÇÃO 9

1.2. OBJETIVOS DO PROJETO 9

1.3. JUSTIFICATIVA 10

1.4. METODOLOGIA 10

2 DELIMITAÇÃO DO OBJETO 11

2.1. CONTEXTUALIZAÇÃO 11

2.2. A CAPITAL DOS MORTOS 12

2.3. SISTEMAS DE PROMOÇÃO DE FILMES 16

2.4. IDENTIFICAÇÃO DA NECESSIDADE 17

3 REFERENCIAL TEÓRICO 19

3.1. O CARTAZ 19

3.2. O CARTAZ DE CINEMA 21

3.3. ESTUDO DO CARTAZ E ANÁLISE DE IMAGENS 23

4 CODIFICAÇÕES CULTURAIS 29

4.1. O CINEMA DE HORROR 29

4.2. O HORROR CONTEMPORÂNEO 31

4.4. OS ZUMBIS NA CULTURA POPULAR 37

4.5. PESQUISA ICONOGRÁFICA 39

5 CONCEITUAÇÃO

5.1. MATERIAL PROMOCIONAL 53

5.2. MENSAGEM VERBAL 53

5.3. MENSAGEM VISUAL 54

5.4. PAINÉIS TEMÁTICOS 55

6 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS E DESENVOLVIMENTO PROJETUAL 60

6.1. PRODUÇÃO DE MATERIAL 60

6.2. MONTAGENS DIGITAIS 64

6.3. TRATAMENTO DE COR 64

6.4. PESQUISA TIPOGRÁFICA 65

6.5. ESTUDOS DE COMPOSIÇÃO 66

7 PRODUTO FINAL 67

7.1. CARTAZ 68

7.2. EMBALAGEM E LABEL DO DVD 70

7.3. CONVITE E INGRESSO 72

8 CONCLUSÃO 74

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 75

LISTA DE FIGURAS

- FIGURA 1:** Cartazes dos filmes *The Aviator* (EUA, 2004), *Death Defying Atcs* (EUA, 2008) e *Vanilla Sky* (EUA, 2001).
- FIGURA 1:** Cartazes dos filmes *O Aviador* (*The Aviator*, EUA, 2004), *Atos Que Desafiam A Morte* (*Death Defying Atcs*, EUA, 2008) e *Vanilla Sky* (Idem, EUA, 2001).
- FIGURA 2:** As duas versões do cartaz do filme *Chapter 27* (Idem, EUA, Canadá, 2007)
- FIGURA 3:** Versão original e versão americana do cartaz do filme brasileiro *Abril Despedaçado* (2001).
- FIGURA 4:** versão original e versão japonesa do cartaz do filme *Extermínio* (*28 Days Later*, Reino Unido, 2004).
- FIGURA 5:** Cartazes teaser do filme *O Cavaleiro das Trevas* (*The Dark Night*, EUA, 2008).
- FIGURA 6:** Cartazes dos filmes *Tudo Sobre Minha Mãe* (*Todo Sobre Mi Madre*, Espanha, 1999), *4 Meses, 3 Semanas e 2 Dias* (*4 luni, 3 saptamâni si 2 zile* Romênia, 2007) e *Delicatessen* (Idem, França, 1991).
- FIGURA 7:** Cartazes dos filmes brasileiros *Cinema*, *Aspirinas* e *Urubus* (2005), *A Causa Secreta* (1994), *O Céu de Suely* (2006), *Como Nascem os Anjos* (1996), *Contra Todos* (2003) e *Domésticas* (2001).
- FIGURA 8:** Cartazes dos filmes *Meu Nome Não é Johnny* (2008), *Primo Basílio* (2007) e *Olga* (2004).
- FIGURA 9:** Análise dos elementos plásticos - Cores - Preto.
- FIGURA 10:** Análise dos elementos plásticos - Cores - Vermelho.
- FIGURA 11:** Análise dos elementos plásticos - Cores - Amarelo.
- FIGURA 12:** Análise dos elementos plásticos - Cores - Branco.
- FIGURA 13:** Análise dos elementos plásticos - Texturas – Desgaste.
- FIGURA 15:** Análise dos elementos plásticos - Texturas - Interferência.
- FIGURA 16:** Análise dos elementos plásticos - Texturas - Viscosidade.
- FIGURA 17:** Análise dos elementos plásticos - Iluminação e foco.
- FIGURA 18:** Análise dos elementos plásticos - Enquadramento
- FIGURA 19:** Análise dos elementos icônicos - Confronto.
- FIGURA 20:** Análise dos elementos icônicos - Sofrimento
- FIGURA 21:** Análise dos elementos icônicos - Devastação
- FIGURA 22:** Análise dos elementos icônicos - Bizarro.
- FIGURA 23:** Cartaz do filme *A Noite dos Mortos Vivos*.
- FIGURA 24:** Cartaz do filme *O Despertar dos Mortos*.
- FIGURA 25:** Cartaz do filme *Terra dos Mortos*
- FIGURA 26:** Cartaz do filme *Extermínio*.

FIGURA 27: Cartaz do filme REC.

FIGURA 28: A Meia Noite Levarei Sua Alma.

FIGURA 29: A Estranha Hospedaria dos Prazeres.

FIGURA 30: O Exorcismo Negro

FIGURA 31: Esta Noite Encarnarei no Seu Cadáver

FIGURA 32 : Exemplo do padrão do selo de classificação indicativa

FIGURA 33 : Selo de classificação indicativa que deve ser aplicado no material promocional

FIGURA 34 : Fotograma do filme A Capital dos Mortos

FIGURA 35 : Foto lomográfica.

FIGURA 36: Painel temático - Cores

FIGURA 37: Paleta de Cores

FIGURA 38: Painel temático - Brasília I.

FIGURA 39: Painel temático - Brasília II.

FIGURA 40: Painel temático - Zumbis e Morte.

FIGURA 41: Painel temático - Apocalipse e Destruição.

FIGURA 42: Fotografias tiradas no Eixo Monumental

FIGURA 43: Fotografias tiradas na passarela subterrânea que liga as entrequadras 112 e 212 na Asa Norte

FIGURA 44: Fotografias dos pilotis.

FIGURA 45: Manchas de sangue produzidas para elaboração do cartaz.

FIGURA 46: Zumbis do filme.

FIGURA 47: Exemplos das montagens digitais.

FIGURA 48: Tratamento de cores.

FIGURA 49: Tratamento de cores.

FIGURA 50: Pesquisa tipográfica.

FIGURA 51: Imagens selecionadas.

FIGURA 52: Estudos de composição.

FIGURA 53: Dimensões do cartaz.

FIGURA 54: Cartaz.

FIGURA 55: Dimensões da capa do DVD.

FIGURA 56: Modelo da embalagem do DVD

FIGURA 57: Frente da Capa do DVD

FIGURA 58: Verso da Capa do DVD.

FIGURA 59: Label do DVD e label impresso em lightscribe.

FIGURA 60: Frente e verso do convite.

FIGURA 61: INGRESSO.

RESUMO

O presente projeto consiste no desenvolvimento de material promocional para o filme independente *A Capital dos Mortos*, baseado em estudo sobre meios de divulgação no cinema e sobre gênero de horror. O projeto teve como foco a elaboração do cartaz, uma vez que o mesmo é a peça central do material promocional. Por meio da análise iconográfica de cartazes e da evolução do horror no cinema, buscou-se a compreensão da mensagem de horror no cartaz para embasar a produção do material, de forma que este representasse de maneira coerente a identidade do filme.

ABSTRACT

This paper presents the development of promotional material for the independent movie A Capital dos Mortos, based on the study of movie promotional media and the horror genre. The project focused on planning the poster, since it represents the central piece of the promotional material. Through an iconographic analysis of horror poster art and the evolution of cinematic horror, the objective was to understand the horror message depicted on the posters, foregrounding the representation of the film's identity in the promotional material.

1 INTRODUÇÃO

1.1. APRESENTAÇÃO

O presente projeto foi desenvolvido para a disciplina de Diplomação em Programação Visual do curso de Desenho Industrial do Instituto de Artes da Universidade de Brasília e consiste na conceituação e produção de material promocional para o filme *A Capital dos Mortos*. Como exercício acadêmico, este trabalho propõe-se a realizar um estudo sobre o cartaz e sobre as formas de representação do filme de horror no material de divulgação.

1.2. OBJETIVOS DO PROJETO

1.2.1. Objetivo Geral

Desenvolvimento de material promocional para o filme *A Capital dos Mortos*, com foco na elaboração do cartaz como peça central do material.

1.2.2. Objetivos específicos

1. Explorar a relação entre o design gráfico e o cinema como veículos de informação e difusão cultural;
2. Desenvolver material coerente com a estética e a linguagem do filme e com o contexto em que este se insere;
3. Explorar as possibilidades, o potencial e a importância do cartaz como peça central na divulgação do filme;

1.3. JUSTIFICATIVA DO PROJETO

Filmes são artefatos culturais de grande potencial comunicador. Considerado como arte ou entretenimento, o cinema como produto cultural é vastamente difundido e consumido mundialmente e, portando, um elemento crucial da cultura contemporânea.

O filme como peça central do estudo possibilita análises estéticas, culturais e ideológicas, constituindo um rico material de pesquisa. Ter como objeto de estudo um filme de horror possibilita a exploração de uma linguagem gráfica diferenciada, além do exercício de configuração da mensagem em diversos meios e suportes, integrando e enriquecendo os conhecimentos adquiridos ao longo do curso de graduação.

1.4. METODOLOGIA

A metodologia aplicada buscou o entendimento de quatro universos fundamentais para a realização do projeto: o cartaz, o contexto cultural no qual o filme se insere, a linguagem do cartaz de cinema de horror e do próprio filme *A Capital dos Mortos* em seus vários elementos, estruturando-se de acordo com seguintes etapas:

1. Delimitação do objeto: Reconhecimento da situação, com o objetivo de identificar motivações para a realização do longa-metragem e quais ações de divulgação haviam sido tomadas até o momento.
2. Coleta de dados: Investigação teórica sobre o cartaz, a análise de imagens, e o cartaz de cinema. Reconhecimento do contexto cultural do projeto. Análise de cartazes de filmes de horror, com o intuito de identificar os principais recursos de representação da mensagem de horror no cartaz.
3. Conceituação: Delimitação da mensagem do cartaz, escolha dos conceitos que serão atribuídos à imagem. Estudo de cores, tipografia e construção de painéis temáticos. Estabelecimento de diretrizes para o projeto.
4. Desenvolvimento: Geração e desenvolvimento de alternativas. Seleção de possíveis soluções.
5. Produto final: Desenvolvimento, finalização, detalhamento técnico, produção de modelos e apresentação do produto final.

2 DELIMITAÇÃO DO OBJETO

2.1. CONTEXTUALIZAÇÃO

2.1.1. Produções Cinematográficas Independentes

O significado do termo *independente*, no que diz respeito à produção cinematográfica está é definido por uma diversidade de fatores e varia entre culturas.

No cinema americano, cinema independente ou *indie*¹ é o cinema distinto do padrão “hollywoodiano” por seu conteúdo ou estilo, onde prevalece a intenção autoral do diretor ou roteirista. Estas características não excluem o vínculo da produção com a indústria cinematográfica. Ainda que estes filmes possuam orçamento considerado baixo para o padrão americano, a maioria dos filmes considerados independentes é produzida por estúdios subsidiários dos *majors*², o que atribui ao termo uma conotação de tendência cultural.

No Brasil, apesar do crescimento da produção de longas-metragem, a chamada fase de *retomada*³, a partir de meados da década de 1990, a realização de filmes neste formato só é viável graças aos recursos governamentais e às leis de incentivo. Ainda que os editais da Ancine⁴ contemplem produções menores e as considerem independentes, profissionais e críticos do meio consideram independente somente a produção que não recebe apoio estatal.

O desenvolvimento do cinema independente na década atual é estimulado pelo acesso a tecnologias que possibilitam a filmagem digital de alta definição. Tal tecno-

¹ Abreviação de *independent*, o termo define uma tendência cultural que se opõe à cultura de massa.

² Jargão cinematográfico utilizado para designar as grandes empresas da indústria cinematográfica americana.

³ A idéia de “retomada” destaca o fato de uma quase paralisação da produção no cinema brasileiro nos primeiros anos da década de 90, devida à extinção da Embrafilme e da Fundação do Cinema Brasileiro, decretada pelo ex-presidente Fernando Collor de Mello. Esse quadro foi revertido com a criação das Leis Rouanet, de 1991 e do Audiovisual, de 1993.

⁴ Agência Nacional do Cinema

logia, em termos de qualidade, equipara-se à filmagem em rolos de 35 mm, a custos consideravelmente baixos, além das possibilitar a edição em computadores domésticos.

O filme digital confere maior autonomia aos realizadores por permitir a realização de produções com um orçamento mínimo, beneficiando o desenvolvimento de linguagens e estilos diferenciados e a exploração de temas diversificados.

Este cenário favorece os filmes de caráter autoral, sem objetivos mercadológicos, e recentemente despertou iniciativas de produções de gêneros pouco abordados no cinema nacional, como o horror e a ficção científica, entre outros.

Atualmente, encontram-se em processo de produção no Brasil cerca de quatorze filmes de horror, entre médias e longas-metragens, em diversos estados do país, como os filmes *Porto dos Mortos*, no Rio Grande do Sul; *Mangue Negro*, no Espírito Santo; *A Noite de Samedí*, em São Paulo e *Festa Macabra*, no Ceará.

2.2. A CAPITAL DOS MORTOS

A Capital dos Mortos, filme dirigido por Tiago Belotti, é uma obra de ficção que tem apresenta a cidade de Brasília infestada por mortos-vivos e é o primeiro longa-metragem brasileiro de zumbis. A iniciativa de produção de partiu do diretor, motivada por seu interesse pessoal por filmes de zumbis e pela insatisfação com o fato de não haver filmes de longa-metragem desse tipo no Brasil.

Como muitos dos filmes independentes brasileiros, o longa não possui objetivos mercadológicos. Além da intenção autoral relativa à temática do filme, os principais objetivos do diretor são estimular outras produções do gênero e demonstrar que é possível realizar longas-metragens no Brasil sem patrocínio ou incentivo governamental.

2.2.1. Concepção e Produção

O argumento original foi desenvolvido em 2004, no roteiro *Brasília dos Mortos*, de cerca de 40 minutos de duração. Após tentativas sem sucesso de patrocínio, o diretor decidiu acumular capital para que ele próprio pudesse custear a produção.

No ano de 2006, o roteiro foi reformulado e o projeto passou a ser um longa-metragem de aproximadamente 90 minutos. Com o início das filmagens, em agosto de 2007, voluntários somaram-se aos poucos a produção. Por meio de um vídeo divulgado no *site You Tube*⁵ e uma comunidade no *site* de relacionamentos *orkut*⁶, foram captados mais de uma centena de colaboradores, tanto para figurar como zumbis no filme como para contribuir em outros aspectos da produção.

A equipe de produção é composta por estudantes de cinema e cresceu durante a realização do projeto. Com a divulgação das filmagens na *internet*, voluntários aderiram ao projeto colaborando como figurantes, maquiadores e ajudantes, cedendo equipamentos, locações e material cenográfico, entre outras ações.

A caracterização dos zumbis no filme segue o arquétipo desenvolvido por George Romero⁷ em seus filmes. As causas da origem e disseminação dos zumbis não são explicadas de maneira detalhada. No filme, é sugerido que a infestação foi prevista pelo padre Dom Bosco em um sonho, havendo especulações sobre a profecia no desenrolar do enredo, mas os personagens não conseguem encontrar confirmações sobre o fato. O fenômeno se apresenta em qualquer indivíduo que tenha falecido recentemente e os cadáveres animados aparecem simultaneamente em vários locais, atingindo rapidamente níveis pandêmicos. Seres humanos mordidos rapidamente se transformam em zumbis e a eliminação dos mesmos só se dá pela destruição da estrutura cerebral.

Apesar da forte influência dos filmes americanos, o diretor afirmou em entrevista que o filme “é essencialmente brasileiro. Ele acontece na capital do país, os diálogos são brasileiros, a linguagem cinematográfica é brasileira, e até a forma de filmar é brasileira (ou seja, usando a criatividade para suprir a falta de verba). Não há nenhum elemento ‘hollywoodiano’ nesse filme, a não ser os zumbis.”.

2.2.2. Enredo

O filme se inicia com os amigos André e Lucas, que em um dia comum, reclamando do marasmo cotidiano, se deparam com uma infestação de zumbis na cidade.

⁵ Site que permite que seus usuários carreguem, assistam e compartilhem vídeos em formato digital.

⁶ Popular site de relacionamentos cujas comunidades são semelhantes a fóruns de discussão.

⁷ Diretor norte-americano considerado o modernizador dos zumbis no cinema.

Quando se dão conta da situação, os dois amigos mais a irmã de Lucas, Pâmela, resolvem percorrer a cidade para tentar fugir dos mortos-vivos. Antes da partida, os três encontram o Tio, que na verdade não mantém nenhuma relação de parentesco com algum dos personagens, e com Crístofer. Os cinco seguem então para o apartamento do Tio para buscar armas de fogo. Na chegada ao apartamento, o Tio é mordido por um dos zumbis. Pâmela recorda o episódio em que recebeu de um homem na Rodoviária de Brasília um folheto de cordel intitulado “O código Dom Bosco” com o seguinte texto:

“Os paralelos informam a localização
do medo e desolação
onde reside a maldição
do se vocês construírem eles virão

Do sonho visão
que fez o homem erguer do chão
a cobiça e ambição
do chão agora se ergue a devastação
que será a terceira geração

Depois de enxergar as vísceras das montanhas
onde jorra o leite e o mel
o fim da segunda geração mostrará
as vísceras dos homens
onde jorra o sangue e o fel

E no símbolo do infinito tudo acontece
onde a morte se levanta e se repete
escutando a voz do guia
poderá assim salvar seu dia
já que os que vivem da soberba e malícia
caíram todos em ruína

Sessenta anos de punição
dura a última geração
realidade sobrenatural
onde a fome é animal
mas existe uma única solução
para todo esse inacreditável mal
o que não pode ser exposto
tem que ser encontrado

Dom Bosco escreve na profecia
o que acontecerá nesse maldito dia
basta aos que resistirem
encontrarem o lugar pra se esconder e ficar
onde os famintos e perdidos não podem entrar”

No verso do folheto, há um endereço de uma chácara. Para procurar respostas para a situação, Lucas, André e Pâmela e Crístofer decidem então ir até o endereço e deixam o apartamento, enquanto o Tio, ainda no prédio, explode uma granada, matando vários zumbis e suicidando-se. Ao chegarem à chácara, os quatro se deparam com vários zumbis, e Pâmela é mordida. Pâmela pede a Lucas que ele lhe dê um tiro na cabeça para que ela não se transforme em um zumbi. Lucas não consegue fazê-lo, então Crístofer atira em Pâmela.

Sem encontrar respostas, os três amigos remanescentes passam a percorrer a cidade e tentam elaborar um plano de sobrevivência. Os três decidem então passar em um supermercado para pegar suprimentos e comida. Lucas, que toma medicação controlada, decide entrar em uma farmácia e enquanto procura os comprimidos é mordido por um homem que na verdade não é um zumbi, mas está com a perna machucada e locomove-se de maneira semelhante aos mortos-vivos. Lucas relata à Crístofer e André o acontecido e pede que os dois partam sem ele.

Trinta dias depois, André e Crístofer encontram-se isolados na cobertura de um prédio residencial. Protegidos por uma barricada de cadeiras de piscina e correntes, os dois avistam um helicóptero do exército e começam a gritar pedindo socorro, mas a barricada cede e os dois são atacados. O filme termina com Lucas percorrendo a Via W3 sul à noite.

2.2.3. Audiência

Quanto à audiência, o diretor não possui definições claras quanto ao público pretende atingir nem expectativas quanto à reação ao filme. No entanto foi possível identificar que o filme é direcionado a um público específico, uma vez que o filme contém sátiras de clichés do gênero, que só serão compreendidas em sua totalidade por apreciadores de filmes de zumbis. Além desse aspecto, um dos personagens principais da trama é fanático por filmes de zumbis, característica que gera um fator de identificação entre espectador e personagem.

2.2.3. Ações de divulgação

O filme começou a ser divulgado ainda no estágio de pré-produção. Em janeiro de 2006, o diretor criou uma comunidade no *site orkut*, que em março de 2008

contava com cerca de 1.680 membros. A utilização deste veículo provou-se extremamente eficaz, por explorar redes de relacionamentos sociais. Como a troca de informações entre os usuários é exposta no *site*, a comunidade amplificou o efeito *boca a boca*. A comunidade permitiu ao diretor, além de divulgar o projeto, convocar, simultaneamente, centenas de pessoas a participarem do filme ou colaborarem de alguma forma.

O diretor afirma que a produção está explorando todos os veículos ao seu alcance, porém não há uma estratégia formal ou orçamento previsto para a divulgação. Quanto à distribuição, o interesse é de que sejam realizadas sessões acadêmicas durante o mês de abril e, após a estréia no festival *Curtíssimos*, sessões em auditórios privados em Brasília. O diretor não pretende custear exibição do filme em outras cidades, que só acontecerão se houver interesse de distribuidoras. O objetivo principal da distribuição é a venda de DVD's comercializados via *internet*, cujo lucro destina-se a produção das seqüências do filme, *A Capital dos Mortos 2 – Mundo Morto* e *A Capital dos Mortos 3 – Dias Finais*.

O filme foi concluído em março de 2008, com um orçamento de aproximadamente R\$ 3 mil e lançado no dia 2 de maio de 2008, durante o festival *Curtíssimos*, no Cine Brasília.

2.3. SISTEMAS DE PROMOÇÃO DE FILMES

A promoção de um filme baseia-se em um conjunto de atividades que objetivam transferir o filme de seus realizadores para o espectador final, a partir da criação de uma identidade que expresse o que o filme é, do que trata e sua origem, ou seja, deve comunicar gênero, realizadores, estrelas, temas e estilo, entre outros aspectos.

A divulgação busca difundir o filme entre o público, visando aumentar o número de espectadores e entre o mercado de distribuição, gerando expectativas e procurando incitar no espectador o desejo de ver o filme.

No chamado cinema comercial, os realizadores negociam seus filmes ainda na fase de projeto, buscando financiamentos e investidores, que uma vez convencidos de que a obra possui potencial comercial, compram o filme e dão início a produção. Uma vez vendido o filme para os distribuidores, o objetivo torna-se expandir o público, pelo aumento da visibilidade do filme.

Na indústria cinematográfica, os filmes possuem um período de veiculação limitado nas salas de exibição, o que faz com que a prioridade da divulgação seja promover os filmes até o seu lançamento, uma vez que, a partir do momento que são exibidos, desfaz-se o mistério sobre o seu conteúdo. Essa tarefa passa então para a propaganda *boca a boca*, como explica o crítico de cinema Inácio Araújo:

“TV e jornais são bombardeados com números como o total de bilheteria nos EUA, no Brasil, Cingapura etc. Pode-se pensar que tudo isso é muito misterioso: qual o interesse em saber que o filme feito por US\$ 10 milhões já rendeu o dobro se a minha parte na produção continua sendo zero? É assim que funciona. O espectador quer saber que, quando se desloca ao cinema, participa de um evento coletivo. Se tantas pessoas viram, deve ser bom. O raciocínio não faz a diferença. A questão é colocar o espectador dentro do cinema. Para tanto pode-se recorrer a trucagens, cores, *cinemascope*s, ou, ainda, atores⁸”

A divulgação apresenta ao público características do filme para que este o selecione baseada na expressão e comunicação de suas virtudes essenciais. Desta forma, as principais atividades para promoção de filmes incluem a campanha publicitária, que abrangem os anúncios impressos em jornais e revistas, cartazes e *outdoors*, a veiculação de *spots* de TV e rádio, lançamento de produtos associados ao filme, *trailers*, e *sites* na *internet*; e a as ações de relações públicas, que incluem a participação em festivais, entrevistas, críticas e resenhas, e festas de lançamento.

A produção de filmes chamados culturais e de cinema independente, normalmente dispõe de menor capital para divulgação do que a produção comercial, baseando-se mais nas ações de relações públicas do que na campanha publicitária para promover os filmes, o que se deve as intenções de seus realizadores, que buscam o principalmente reconhecimento por suas obras e não o lucro.

2.4. IDENTIFICAÇÃO DA NECESSIDADE

Considerando as motivações para a produção do filme e os resultados esperados pela equipe de produção, que não possuem objetivos mercadológicos, o material promocional deve primar o caráter independente e autoral da obra, evidenciando suas as características essenciais e valorizando-a perante o público e as distribuidoras independentes.

⁸ ARAÚJO, Inácio. *O que menos mudou foi a publicidade*. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u34961.shtml>

O material proposto deve ainda adequar-se às limitações financeiras da produção, incluindo peças de custo e veiculação acessíveis, que possa ser reproduzido de acordo com a demanda de compra do DVD e das exibições em festivais e em auditórios privados, possibilitando a produção em menor ou maior escala, de acordo com a demanda momentânea.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

Com o intuito de obter informações para fundamentar o projeto, foram estudados assuntos relativos ao tema para a compreensão das variáveis do projeto e definição de diretrizes para o produto final. Os assuntos pesquisados incluem o cartaz e o cartaz de cinema, o estudo e análise de imagens e conhecimentos fundamentais em comunicação visual.

3.1. O CARTAZ

O cartaz é uma forma de comunicação visual de promoção de produtos, eventos e valores. Diferentemente do anúncio, o cartaz enfatiza a imagem em detrimento do texto, utilizando-a como estímulo para captar de atenção dos passantes. Segundo Abraham Moles, o cartaz moderno apresenta um tema único, desenvolvido, normalmente, em uma imagem acompanhada de um texto condutor. Esta característica consolidou-se com a constatação de que imagem pode ser lida mais rapidamente do que o texto, sua compreensão é quase instantânea. Seu uso no cartaz amplificou-se com o crescimento das sociedades urbanas e a constante aceleração do fluxo de pessoas, que obriga que o cartaz seja uma síntese de comunicação, capaz de transmitir ao receptor mais elementos em menos tempo. (MOLES, 1987).

A função primordial do cartaz é informativa. Entretanto o cartaz só é capaz de informar se for capaz de prender a atenção do espectador e transmitir-lhe uma mensagem objetiva, clara, intensa e precisa. Moles difere o cartaz do anúncio impresso veiculado em revistas e jornais pelo contato entre a mensagem e o receptor, argumentando que “o anúncio, ao contrário do cartaz, deve ser visto de perto, à distancia de leitura; isso determina uma outra condição entre texto e imagem; [...] o texto do anúncio pode ser longo, semântico e desenvolver argumentos”⁹.

O cartaz deve permitir uma leitura rápida à distância, o que implica que seus elementos sejam concisos na construção de uma argumentação simplificada. Esta simplificação de elementos permite uma compreensão rápida da mensagem, que facilita também sua memorização.

⁹ Moles, Abraham. O Cartaz. Sao paulo: Perspectiva, 1987. p. 45.

O ato de comunicar se dá a partir da intenção do emissor em causar efeito ou transformação em seu receptor. A motivação publicitária, antes baseada nos atributos objetivos do produto, deslocou-se, na atualidade, para os benefícios subjetivos que o destinatário da mensagem pode desfrutar. Segundo Moles, “o indivíduo quer adquirir, isto é, introduzir em sua esfera pessoal objetos ou atos que pertencem à esfera da sociedade”¹⁰.

O efeito da comunicação do cartaz em seu emissor é a criação do desejo de adquirir. Para tal, pressupõe-se o uso de uma linguagem que deve ser construída de forma a gerar algum tipo de sentido que possa ser compreendido pelo receptor, elaborada a partir de um repertório de signos familiares que estabeleçam uma relação de correspondência entre os elementos que compõe a mensagem e sua significação. Este modelo comunicacional configura um novo quadro de símbolos que são incorporados à cultura, constituindo uma linguagem simbólica de imagens que substitui a linguagem verbal, construindo símbolos elementares aceitos e difundidos socialmente. (MOLES, 1987).

De acordo com Alain Weill, o cartaz em sua concepção atual desenvolveu-se a partir de 1860, com o advento da litografia, quando artistas de Paris e Londres começaram a produzir anúncios para companhias teatrais. Rapidamente, o cartaz passou por uma evolução e sofisticação de sua linguagem. Jules Chéret, artista cenográfico francês, desenvolveu o uso de cores vívidas e personagens marcantes, características que marcaram os cartazes teatrais parisienses nos últimos anos do século XIX. Grandes imagens coloridas eram dispostas em passagens públicas, o que transformou o cartaz em um objeto de celebração popular, que proclamava o cartaz como a “arte das ruas”. De Paris, o cartaz se difundiu pela Europa e continuou a se desenvolver sob a influência do Art Nouveau e do Jugendstil alemão. (WEILL, 2004).

Em 1914, com a declaração da Primeira Guerra, o cartaz se tornou um poderoso instrumento de influência política, por sua produção simples e impacto imediato. A guerra fez uso do cartaz para recrutar soldados, difamar o inimigo e aumentar o espírito de patriotismo e apoio a guerra.

O período entre guerras acentuou o desenvolvimento do cartaz político. Os conflitos ideológicos intensos, as grandes obras públicas e o culto aos líderes políticos geraram

¹⁰ Moles, Abraham. O Cartaz. São Paulo: Perspectiva, 1987. p. 11.

uma intensa produção em todo o mundo. As correntes revolucionárias das novas concepções artísticas do Construtivismo russo, assim como do Futurismo italiano, do Dadaísmo, do Surrealismo, do Stijl e da escola da Bauhaus tiveram grande importância no desenvolvimento do cartaz e na diversificação de sua linguagem.

Após a Segunda Guerra, o intenso crescimento da produção industrial difundiu o uso do cartaz, que passou a ser utilizado para anunciar virtualmente qualquer produto ou evento, consolidando-o como instrumento publicitário. (WEILL, 2004).

3.2. O CARTAZ DE CINEMA

O cartaz desempenha papel fundamental na divulgação e posicionamento de um filme, funcionando como uma espécie de ícone do filme que promove, em uma relação de associação permanente, que independe do período de veiculação do filme nas salas de exibição. O cartaz antecede e antecipa o filme; é forma tanto de expressão como de comunicação, uma vez que contém informações objetivas sobre o mesmo e representa de forma sintética vários de seus aspectos.

O conteúdo informacional do cartaz de cinema é construído a partir de um conjunto de elementos convencionados no decorrer de seu desenvolvimento como instrumento de comunicação. Normalmente, um cartaz de cinema contém o título do filme, uma imagem, um *tagline*¹¹ e um *billing*¹².

A concepção do cartaz depende dos objetivos da divulgação e de fatores culturais. No cinema americano, cuja produção é essencialmente voltada para o mercado, o cartaz tem função apelativa. Seu objetivo principal é multiplicar as vendas de ingressos e o recurso para esse fim é a utilização de atores famosos como fator de atração. O nome e a imagem do ator que protagoniza o filme são destacados em detrimento do posicionamento do mesmo. A Figura 1 apresenta três exemplos deste tipo de cartaz, onde os retratos dos atores ocupam grandes espaços e seus nomes recebem quase tanto destaque quanto o título do filme.

¹¹ Variação do *slogan*, é uma frase que normalmente resume a premissa do filme e intende ser memorável perante ao público, com o objetivo de reforçando ou complementando o título do filme.

¹² Resumo e dos créditos de um filme que são apresentados no material de divulgação, contendo os nomes dos atores, diretores, produtores, das companhias de produção e distribuição e equipe técnica.



Figura 1: Cartazes dos filmes *O Aviador* (*The Aviator*, EUA, 2004), *Atos Que Desafiam A Morte* (*Death Defying Acts*, EUA, 2008) e *Vanilla Sky* (Idem, EUA, 2001).

Quando se pretende evidenciar outros aspectos, normalmente são produzidas mais de uma versão do cartaz: os *character posters*, que apresentam os principais atores e os *theatrical posters*, que a incorporam outros elementos, como gênero e tema abordado, como exemplificando nos cartazes da Figura 2, do filme *Chapter 27*. A primeira versão apresenta o ator Jared Leto, que protagoniza o filme, enquanto a segunda versão traz um óculos quebrado e manchas de sangue, apresentando um dos temas do filme, que relata os dias de Mark David Chapman¹³ que antecederam o assassinato de John Lennon.



Figura 2: As duas versões do cartaz do filme *Chapter 27* (Idem, EUA, Canadá, 2007).

O cartaz americano é, portanto, caracterizado pelo amplo uso da imagem fotográfica e por representações objetivas do tema central. Estes aspectos condicionaram a audiência americana a um modelo padronizado de cartaz de cinema, fator que estendeu a adaptação dos títulos estrangeiros nos Estados Unidos aos cartazes, como exemplificado na Figura 3. Esse processo de adequação sofre uma inversão nos

¹³ Cidadão norte-americano que tornou-se conhecido pelo assassinato do músico Jonh Lennon em 8 de dezembro de 1980, na cidade de Nova Iorque, Estados Unidos.

países asiáticos, onde os filmes estrangeiros recebem cartazes em versões diferentes das lançadas nos países ocidentais, como exemplificado na Figura 4.



Figura 3: Versão original e versão americana do cartaz do filme brasileiro *Abril Despedaçado* (2001)



Figura 4: versão original e versão japonesa do cartaz do filme *Extermínio* (*28 Days Later*, Reino Unido, 2004)

Nos Estados Unidos também é comum a utilização do cartaz *teaser*, que apresenta poucas informações sobre o filme e é lançado meses antes da estréia, gerando interesse e criando expectativas em relação ao filme tanto no público como na imprensa, visando gerar um tipo de comportamento conhecido como *hype*¹⁴. A Figura 5 apresenta três cartazes, lançados em dezembro de 2007, do filme *O Cavaleiro das Trevas*, baseado no personagem de histórias em quadrinhos Batman, que tem estréia prevista para julho de 2008. Os dois últimos cartazes revelam a presença do personagem Coringa na série, sem, no entanto, revelar o ator que o interpretaria, o que gerou grande especulação na mídia sobre o assunto.

¹⁴ Termo derivado da figura de linguagem hipérbole, na língua inglesa *hyperbole*, é uma forma de promover de maneira extrema uma pessoa, idéia ou produto pela contínua divulgação e discussão na mídia, com o objetivo de atrair o interesse de um grande público.

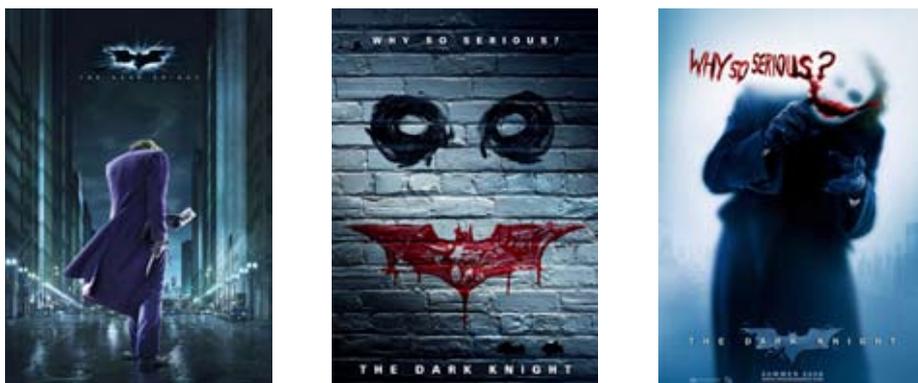


Figura 5: Cartazes *teaser* do filme *O Cavaleiro das Trevas* (*The Dark Knight*, EUA, 2008).

No cinema europeu, a concepção do cartaz procura evidenciar outros aspectos do filme, como sua linguagem e atmosfera, apresentando imagens que sintetizam o tema abordado de maneira menos explícita. O cartaz europeu é caracterizado pelo uso da linguagem subjetiva e pela diversidade estética e formal, que utiliza não só a imagem fotográfica como também ilustrações e montagens (Figura 6).



Figura 6: Cartazes dos filmes *Tudo Sobre Minha Mãe* (*Todo Sobre Mi Madre*, Espanha, 1999), *4 Meses, 3 Semanas e 2 Dias* (*4 luni, 3 săptămâni și 2 zile* Romênia, 2007) e *Delicatessen* (Idem, França, 1991).

No Brasil, o período da Retomada, caracterizado pelo desenvolvimento de linguagens cinematográficas diversas, foi acompanhado pelo crescimento das produções com objetivos mercadológicos, inspiradas na linguagem “hollywoodiana” e no modelo das telenovelas brasileiras. Essas diferenças revelam-se nos cartazes brasileiros apresentados nas Figuras 7 e 8, onde é notável a presença das duas vertentes comunicativas apresentadas anteriormente.



Figura 7: Cartazes dos filmes brasileiros *Cinema, Aspirinas e Urubus* (2005), *A Causa Secreta* (1994), *O Céu de Suely* (2006), *Como Nascem os Anjos* (1996), *Contra Todos* (2003) e *Domésticas* (2001).



Figura 8: Cartazes dos filmes *Meu Nome Não é Johnny* (2008), *Primo Basílio* (2007) e *Olga* (2004).

O formato de cartaz de cinema varia entre países. De acordo com os sites *Wikipédia*, *Cinema Master Pieces*, *Japanese Movie Poster Company* e *Learn About Movie Posters*, os tamanhos mais comuns de cartazes, de acordo com o país de origem, são:

🇧🇷 Brasil

- Uma-folha: 640 x 940 mm;
- Meia-folha: 440 x 640 mm;
- A2: 420 x 594 mm;
- A1: 594 x 841 mm.

🇺🇸 Estados Unidos

- ☛ Uma-folha: 686 x 1020 mm;
- ☛ *Display* ou meia-folha: 559 x 711mm;
- ☛ *Insert* :356 x 914 mm;
- ☛ Janela: 356 x 559 mm,;
- ☛ Duas-folhas: 1040 x 1370 mm.

🇬🇧 Reino Unido

- ☛ *Quad*: 1020 x 762 mm;
- ☛ Coroa dupla: 508 x 762 mm;
- ☛ Meia-folha: 711 x 559 mm;
- ☛ Uma-folha: 686 x 1020 mm;
- ☛ Três-folhas: 1020 x 2060 mm.

🇦🇺 Austrália

- ☛ Uma-folha: 686 x 1020 mm.

🇫🇷 França

- ☛ *Grande Affiche*: 1200 X 1600 mm;
- ☛ *Petite Affichette*: 380 x 530 mm;
- ☛ Painel duplo: 1600 x 2380 mm;
- ☛ Painel de porta: 1520 x 580 mm.

🇩🇪 Alemanha:

- ☛ A0: 841 x 1189 mm;
- ☛ A1: 594 x 841 mm;
- ☛ A2: 420 x 594 mm.

🇮🇹 Itália

- ☛ Uma-folha: 710 x 1000 mm;
- ☛ Duas-folhas: 1000 x 1400 mm;
- ☛ Quatro-folhas: 1400 x 2000 mm;
- ☛ *Locandina*: 330 x 710 mm;
- ☛ *Photobusta* 500 x 600 mm;
- ☛ *Photobusta* duplo 1000 x 1200 mm.

🇯🇵 Japão

- ☛ B1: 728 x 1030 mm
- ☛ B2: 515 x 728 mm;
- ☛ B3: 364 x 515 mm
- ☛ *Chirashi*: 182 x 257 mm.

3.3. ESTUDO DO CARTAZ E ANÁLISE DE IMAGENS

A mensagem no cartaz comporta duas partes: a mensagem semântica ou denotativa, expressa por uma combinação de signos conhecidos e difundidos e a mensagem estética ou conotativa, de ordem subjetiva. Moles afirma que a mensagem denotativa é objetiva traduzível, pois baseia-se em um conhecimento prévio dos signos pelo emissor e receptor no ato de comunicação, enquanto a mensagem conotativa é baseada em elementos de percepção subjetivos, ignorados pelo receptor como signos, mas que representam um acréscimo efetivo na mensagem, pois interferem diretamente na percepção. (MOLES, 1987).

O estudo da informação no cartaz consiste em definir signos e inseri-los em um repertório dentro de um determinado contexto de comunicação e sua ocorrência em um determinado grupo cultural, examinando-os sob a forma visual e a forma simbólica.

Como mencionado anteriormente, o uso da imagem é de extrema importância para a construção da mensagem no cartaz. A análise do cartaz baseia-se, portanto, na análise da imagem.

Martine Joly define a imagem como “algo que se assemelha a qualquer outra coisa”, ou seja, a imagem é uma representação:

“Se a ela (a imagem) se assemelha é porque ela não é a própria coisa; a sua função é pois a de evocar, a de significar outra coisa que não ela própria utilizando o processo da semelhança. Se a imagem é entendida como *representação*, tal significa que a imagem é entendida como *signo*”¹⁵

Joly, referindo-se a Pierce e a teoria semiótica, afirma que um signo mantém uma relação entre o significante (a representação), o referente (aquilo que representa) e o significado, exprimindo idéias que levam o receptor a uma interpretação. Ao apresentar os diferentes tipos de signo definidos por Pierce, Joly coloca a imagem como um ícone, ou seja, um signo cujo significante mantém uma relação de analogia com seu referente, uma vez que, como citado anteriormente, a imagem se assemelha ao que representa, retomando suas qualidades formais.

A imagem enquanto representação visual é escolhida e orientada de forma a cons-

¹⁵ JOLY, Martine. *Introdução à Análise da Imagem*. 11. ed. Campinas: Papyrus, 2007p.43.

truir uma mensagem, utilizando determinadas regras. Se a imagem transmite uma mensagem, ela contém significados. A associação dos significados à um significante determinará então os signos da imagem, que são heterogêneos e se coordenam em diferentes categorias para a construção de uma significação global. O Objetivo da análise no projeto análise é investigar, como o sentido vem até as imagens, se estas possuem uma linguagem específica e quais são os principais instrumentos dessa linguagem seguirá o modelo apresentado por Joly, que segue as seguintes etapas:

1. Descrição: transposição da das percepções visuais para a linguagem verbal e revela como determinadas características evocam conceitos pela observação da composição visual e distinção dos tipos de mensagem presentes na imagem.
2. Análise: consiste em interpretar os signos que compõe cada tipo de mensagem, os signos plásticos, icônicos e lingüísticos, analisar como estes se combinam construir a mensagem global.

4 CODIFICAÇÕES CULTURAIS

A construção da mensagem no cartaz pressupõe o entendimento do contexto cultural que define os códigos e signos da mensagem. Portanto, torna-se necessário o estudo do gênero de horror em suas principais vertentes e de suas formas de representação no cartaz de cinema.

4.1. O CINEMA DE HORROR

Gêneros cinematográficos são os vários tipos e categorias de filmes que apresentam similaridades entre seus elementos construtivos. Um gênero não possui limites rígidos de classificação, uma vez que a linguagem cinematográfica é diversa em seus elementos. Nesse sentido, a definição de gênero aqui apresentada possui um sentido amplo, delimitando como filme de horror aquele que, maneira geral, procura provocar sentimentos de temor, ansiedade, assombro e até mesmo repulsa em sua audiência.

Como provocador de sensações, o horror cinematográfico possui uma estética própria e específica, voltada a levar ao seu público uma mensagem de horror. Essa estética contradiz a teoria Kantiana sobre o sublime, apresentando-se por conceitos que buscam o bizarro, o grotesco, o feio, o impuro, o estranho.

De acordo com Sigmund Freud essa estética é uma necessidade da sociedade da razão e da humanidade, em virtude das mudanças que o pensamento humano sofre sazonalmente em torno do que vem a ser belo e sublime. Para Freud, os sentimentos contrários ao belo e ao sublime, como o grotesco, a repulsa, o feio e o estranho, são também conceitos estéticos de juízo de valor, e portanto, importantes para a percepção humana. (FREUD, 1976).

O horror no cinema existe desde os primeiros anos do cinematógrafo e seu desenvolvimento é intensamente influenciado pela evolução cultural das sociedades. O filme de horror lida com os anseios fundamentais da pós-modernidade do mesmo modo que contos, mitos e lendas articulam os medos das sociedades pré-industriais.

A identidade do filme de horror está na configuração do *monstro*¹⁶ que constitui sua temática central e tende a se redefinir de acordo com o contexto social, cultural científico e filosófico.

O gênero tem suas raízes nos filmes Georges Mèliés, em produções como *Le Manoir du Diable* (França, 1896) e *La Caverne Maudite* (França, 1898), que se passavam em cenários fantásticos e continham elementos do sobrenatural. Mèliés, que fora um mágico, é creditado como o criador da fantasia no cinema, valendo-se de uma série de artifícios e truques de fotografia para representar o imaginário em vez de simplesmente captar a realidade, como faziam seus contemporâneos nos primórdios do cinema.

A representação do imaginário é também observada no Expressionismo Alemão¹⁷, que é considerado um momento chave na evolução do cinema de horror. A estética surrealista, construída pela cenografia e pelos efeitos de iluminação, e o intenso simbolismo de filmes como *O Gabinete do Dr. Caligari* (*Das Cabinet des Dr. Caligari*, Alemanha, 1920), *Nosferatu*, *Uma Sinfonia de Horror* (*Nosferatu, eine Symphonie des Grauens*, Alemanha, 1922), influenciaram o estilo e a ambiência dos primeiros filmes de horror do cinema.

A década de 1930 marca a consolidação do horror como gênero, com as produções do estúdio *Universal Pictures*¹⁸, inspiradas em obras da literatura gótica. Este período estabeleceu as representações de personagens como *Conde Drácula* e do monstro *Frankenstein* no imaginário popular.

No início da década de 1950, as narrativas se afastaram da temática gótica e passaram a se inspirar na ficção científica. O desenvolvimento tecnológico, especialmente da energia atômica, produziu uma vasta gama de filmes, em sua maioria de baixo orçamento, em que acidentes químicos e radioativos transformavam insetos e pessoas em monstruosidades gigantes, como nos filme *Godzilla* (*Gojira*, Japão, 1954)

¹⁶ Nesse contexto, o termo designa todo signo que dentro da narrativa fílmica mostra-se ameaçador, impuro ou estranho à natureza humana.

¹⁷ Movimento cinematográfico que se desenvolveu especialmente em Berlim, na Alemanha, no período entre as décadas de 1910 e 1930.

¹⁸ Também conhecido como Universal Studios, atualmente subsidiário da NBC Universal, é um dos grandes estúdios de cinema americano e considerado como um dos principais responsáveis pela popularização do horror no cinema.

As produções deste período deram origem ao termo *filme B*, que designava então, filmes secundários de orçamentos modestos distribuídos em *double feature*¹⁹, junto de produções mais caras e respeitáveis, os chamados *filmes A*. Com o declínio deste formato de exibição o termo passou a ter um sentido mais amplo, referindo-se a produções de baixo orçamento e de certa ingenuidade técnica e estética.

4.2. O HORROR CONTEMPORÂNEO

Com as mudanças no pensamento social, científico e filosófico ocorridas a partir da década de 1960, o horror cinematográfico tornou-se bastante diversificado. Os autores, influenciados por essas mudanças, passaram a explorar os medos afluentes do mundo contemporâneo e a noção do objeto que causa o horror, questionando a noção de maldade e os limites da condição de humanidade. A dualidade entre o bem e mal é o conceito geral que define os impasses entre a ordem e o caos, o sagrado e o profano, barbaridade e a civilidade, a verdade e a mentira. O objeto do medo torna-se uma metáfora ao projetar as ameaças, temores e contradições que coexistem com a normalidade. O horror passou também a ser representando em situações ordinárias e em cenários aparentemente inofensivos, perdendo os contornos fantásticos das décadas anteriores.

Paul Wells argumenta que o tema fundamental do filme de horror pós-moderno está na representação da peleja não somente entre o bem e o mal, mas na presença de uma ordem que evidencie e sustente a idéia de algo que justifique a existência material humana, referindo-se ao filósofo Frederic Nietzsche:

“Nietzsche argumenta que a humanidade está sujeita à crise espiritual e a um processo constante de degradação, embasando seu desejo inerente de impor ordem e facilitar a destruição dentro de um contexto contemporâneo secular. [...] As opiniões de Nietzsche implicam que não há certezas na existência; a humanidade vive em um universo amoral, meramente sujeita à uma série de conflitos e confrontos, em um processo de imposições sucessivas, sem que haja um consenso verdadeiro[...] A modernidade tem sacrificado efetivamente a possibilidade de fé e propósito da arbitrariedade e do apocalipse”²⁰

Esse contexto sociocultural deu origem as mazelas definidas e explicadas pelo trabalho da psicanálise, cuja emergência transformou na sociedade a percepção de

¹⁹ Sessões de cinema em que dois filmes de longa ou média-metragem eram exibidos em seqüência.

²⁰ WELLS, Paul. *The Horror Genre: From Beelzebub to Blair Witch*. 1 ed. Wallflower Press. 2000. p. 6 e 7. Tradução livre.

si mesma. As investigações de Sigmund Freud sobre as estruturas da consciência humana revelaram que os comportamentos sociais encobriam comportamentos na verdade primitivos, sugerindo que os sentimentos suprimidos e não extravasados eram o núcleo do pensamento inconsciente.

No Japão, o horror começa a ganhar mais expressividade com os filmes *Jigoku* (1960), *Kwaidan* (1964) e *Onibaba*. Seguindo a tradição cinematográfica japonesa, esses títulos apresentavam temas do folclore japonês, como representações do *Yūrei*²¹, do *Obake*²² e do *Yōkai*²³, elementos típicos do *Kaidan*²⁴. Como as narrativas de *Kaidan*, estes filmes incorporam elementos do *karma* budista e relatam a vingança de almas penadas, possessões e exorcismo.

Embora representações de fantástico e do sobrenatural continuassem populares, a partir de 1960 novos temas refletiam o medo de que as mudanças no comportamento social e moral tivessem criado uma cultura monstruosa. O filme *Psicose* (*Psycho*, EUA, 1960) tem como protagonista o personagem Norman Bates, um homem aparentemente comum, mas que sofre de distúrbios de ordem psicológica. O filme explora o falso sentimento de racionalidade e segurança do cotidiano contemporâneo e a dualidade do ser humano, pois Norman é também um assassino, a Mãe, seu alter-ego, que ele acredita ser sua mãe falecida. *Psicose* inaugurou o *horror de personalidade* e introduziu o assassino serial no cinema contemporâneo, sendo considerado um marco na história do cinema de horror.

Com as mudanças no comportamento sexual, o horror passou a incorporar o sexo em sugestões reflexivas, como em *Repulsa ao Sexo* (*Repulsion*, Reino Unido, 1965), que retrata uma jovem belga virgem que ao mesmo tempo tem interesse e sente repulsa pelo sexo. Seus sentimentos reprimidos e o temor do estupro a colocam em um estado de paranóia. Assombrada por alucinações, a jovem mata violentamente seu namorado e o proprietário do edifício.

²¹ Uma das designações japonesas para o conceito de fantasma, composta por dois kanji, que significa “espírito fraco”.

²² Criaturas do folclore oriental, são maus espíritos femininos de poderes sobrenaturais ou espirituais, cujas intenções e motivações em relação aos vivos são completamente incompreensíveis.

²³ Uma das representações de *obake*.

²⁴ Termo japonês composto de dois kanji; *kai* significa “aparição estranha, misteriosa, rara ou encantada” e *dan* significa “fala” ou “narrativa oral”, designa qualquer conto ou lenda que contenha elementos horríficos ou fantasmagóricos

Com a separação entre prazer sexual e concepção, a criança deixou de ser o produto primário do sexo. A criança é o foco do horror em filmes como *O Bebê de Rosemary* (*Rosemary's Baby*, EUA, 1968), onde a protagonista dá a luz ao descendente do Diabo. O autor David J. Skall, no livro *The Monster Show*, relaciona o medo de crianças às preocupações com introdução da pílula anticoncepcional e aos horrores neonatais conseqüentes do uso da talidomida²⁵.(SKALL, 2001)

O Bebê de Rosemary desencadeou uma série de produções sobre o oculto. Crianças demoníacas, possessões e reencarnações são os temas de filmes como *O Exorcista* (*The Exorcist*, EUA 1973), *Audrey Rose* (EUA, 1977) e *Alice, Sweet Alice* (EUA, 1976). A presença de forças demoníacas e ocultas, que segundo as doutrinas cristãs são invencíveis somente pela intervenção do homem, reflete uma preocupação com o estilo de vida pós-moderno e a distopia da época.

Os movimentos de mobilização e contestação social das décadas de 1960 e 1970, que questionam valores centrais da cultura ocidental influenciaram filmes como *The Last House on the Left* (EUA,1972) e *O Massacre da Serra Elétrica* (*The Texas Chain Saw Massacre* EUA, 1974), que recordam os horrores da guerra do Vietnam e *A Madrugada dos Mortos* (*Dawn of the Dead* EUA, 1978), que satirizava a sociedade de consumo.

Na década de 1970, os filmes tornaram-se mais gráficos, especialmente na Itália, em produções como *Suspiria* (1977), *Zombi II* (1979) e *Cannibal Holocaust* (1979), mas também em produções americanas como *O Massacre da Serra Elétrica* e francesas como *Les Raisins de la Mort* (1978). Embora a violência gráfica estivesse presente em filmes das décadas anteriores, as cenas tornaram-se mais explícitas e realistas. A comoção causada por *Cannibal Holocaust*, considerado até hoje um dos 20 filmes mais controversos história²⁶ devido à seu intenso conteúdo gráfico, foi tão grande que seu diretor, Ruggero Deodato, foi preso por autoridades italianas sob a acusação ter matado os atores durante as filmagens²⁷.

²⁵ Substância lançada na Alemanha em 1957, quando acreditava-se que a droga possuía poucos efeitos colaterais, sendo propício para prescrição à mulheres grávidas, No final dos anos 1960, foram descritos na Alemanha, Reino Unido e Austrália os primeiros casos de mal-formações congênitas onde crianças passaram a nascer apresentando focomiélia, anomalia que impede a formação normal de braços e pernas.

²⁶ *The Most Controversial Films of All-Time*. Revista eletrônica Entertainment Weekly. Disponível em < <http://www.ew.com/ew/article/0,,1202623,00.html>> Acesso em 12 de abril de 2008.

²⁷ DEODATO, Ruggero, em entrevista no documentário *In the Jungle: The Making of Cannibal Holocaust*

Ainda a violência no cinema de horror seja bastante criticada, autores afirmam que o uso de cenas perturbadoras não é uma espécie de *voyeurismo* sádico, mas um veículo de catarse. Kim Paffenroth, argumenta que o uso de cenas horríficas no cinema de horror é equivalente à seu uso na literatura gótica, onde as seqüências de “violência e depravação são usadas para orientar e desorientar a audiência, perturbando-a com o propósito de provar algum ponto comovente, normalmente sociológico, antropológico ou teológico²⁸.”

O desenvolvimento técnico de efeitos especiais no cinema nos anos de 1980, especialmente o uso de *animatronics*²⁹, látex líquido e maquiagens para reprodução de formas humanas ou fantásticas, conferiram mais realismo aos filmes, o que possibilitou aos realizadores distorcer a forma humana e filma-la em *close*.

Filmes como *Alien* (Idem, EUA, 1979) e *A Coisa* (*The Ting*, EUA, 1980), combinam o teor violento dos filmes dos anos de 1970 com a reaproximação de temas de ficção científica presentes na década de 1950, dando início ao subgênero de *horror do corpo*.

O *horror do corpo* ou *horror biológico* articula o medo de um corpo em transformações perturbadoras e irreversíveis, com cenas grotescas e chocantes. O monstro não é externo, mas emerge de dentro do corpo, desafiando a distinção entre si mesmo e o outro e entre o interno e o externo. Este tipo de horror é uma metáfora que projeta ameaças que coexistem com os paradigmas do cotidiano, desintegrando e desestabelecendo a percepção do que é humano.

No filme *A Mosca* (*The Fly*, EUA, 1986), um cientista acidentalmente funde sua estrutura molecular com a de uma mosca, transformando-se gradualmente em um homem-mosca, ao mesmo tempo em que perde o controle de sua identidade e personalidade, tornando-se ao mesmo tempo vítima e monstro.

A década de 1980 foi marcada pela proliferação dos filmes *slasher* que perseguiram o sucesso alcançado pelo filme *Haloween* (Idem, EUA, 1978); pela produção seqüencial de títulos e pela difusão de filmes *splatter*³⁰, suplantando o potencial crítico, autoral e desafiador dos filmes da décadas anteriores.

²⁸ PAFENROTH, Kim. *Gospel of the Living Dead*. p. 2. Tradução livre.

²⁹ Robôs, criados originalmente pela Walt Disney Imagineering, com o propósito de representar de forma idêntica algum seres reais ou imaginários e cuja operação destes baseia-se em interfaces anatômicas.

³⁰ Filmes que cujo foco principal é a apresentação de conteúdo gráfico e violento em cenas envolvendo morte, mutilação, caracterizadas pela presença de sangue excessivo.

Em um filme slasher, o monstro é um assassino psicótico que persegue e mata um grupo de adolescentes, normalmente isolados em lugares ermos, sem um *modus operandi* específico. Mark Jancovich, em considerações sobre o subgênero, aponta que o mesmo é essencialmente conservador, pois direciona ataques mais violentos a personagens que da trama envolvidos em atividades sexuais ou com uso de drogas ilegais, além de encorajar a identificação entre a audiência e o assassino. (JANCOVICH,2001).

A popularidade de filmes como *Halloween*, *Sexta-Feira 13 (Friday the 13th)*, EUA, 1980), *A Hora do Pesadelo (A Nightmare on Elm Street)*, EUA, 1984) deu origem a várias continuações, em franquias que acumularam entre três e nove seqüências.

Na Alemanha, o crescente número de produções de micro-orçamento que tratavam de temas como estupro, necrofilia e violência extrema, marcaram o movimento que ficou conhecido como o *indizierte* ou *Unerground Alemão*. Filmes como *NEKRomantik* (1987) e *Violent Shit* (1987), foram banidos pelo governo.

No Japão, a série *Za Ginipiggu* (1985 -1992), sete filmes retratavam crimes brutais, experimentos bizarros envolvendo seres humanos e lendas urbanas com efeitos especiais extremamente detalhados. *Za ginipiggu: Akuma no jikken* (1985), chocou a sociedade Japonesa e, posteriormente, causou controvérsias no ocidente. De acordo com o *site Snopes*³¹, a série tornou-se infame quando em 1991, o ator americano Charlie Sheen confundiu o segundo filme da série, *Za ginipiggu 2: Chiniku no hana* (1985), com um filme *snuff*³² e o reportou as autoridades americanas que, junto ao governo japonês, iniciaram uma investigação sobre o caso. O caso foi encerrado com o lançamento *Meikingu obu Za ginipiggu* (1992), *making of* que revelava a produção das cenas perturbadoras do filme. A série foi banida em vários países da Europa e foi proibida a produção de qualquer filme com o selo *Za ginipiggu* no Japão.

O excesso de violência e a exploração seqüencial de títulos provocaram um grande desgaste do gênero, que passou a ser visto como objeto de pânico moral. Muitos diretores passaram a passar a satirizar as convenções estabelecidas na década de 1970. Filmes como *Re-Animator* (EUA,1985), *The Return of the Living Dead* (EUA,1985), *The Toxic Avenger* (EUA,1985), *The Evil Dead II* (EUA, 1987) e *Bad Taste* (Nova Zelândia, 1987), consolidando o termo "terror".

³¹ A *Pinch of Snuff*. Disponível em <<http://www.snopes.com>>. Acesso em 14 de abril de 2008.

³² Filme que mostra um assassinato real, sem o uso de efeitos especiais ou qualquer outro recurso.

Com o desgaste sofrido na década anterior, poucos filmes foram lançados nos primeiros anos da década de 1990.

Alguns filmes como *À Beira da Loucura* (*In the Mouth of Madness*, EUA, 1995), *A Metade Negra* (*The Dark Half*, EUA, 1993), e *O Mistério de Candyman* (*Candyman*, EUA, 1992), passaram a explorar relação entre o horror ficcional e o horror real, de maneira auto-reflexiva, apresentando uma busca por novos elementos horríficos em suas narrativas. Outros, como *Pânico* (*Scream*, EUA, 1996), buscaram revitalizar o subgênero *slasher*, mas de maneira auto-referencial e irônica.

O final da década, no entanto, marcou a consagração do novo cinema de horror oriental e do filme *A Bruxa de Blair* (*The Blair Witch Project*, EUA, 1999).

Filmes como *Otsuyu* (Japão, 1997) e *Ringu* (Japão, 1998) alcançaram sucesso substancial no ocidente. O cineasta Hideo Nakata explica, em entrevista a Teté Ribeiro, aponta o por que do sucesso:

“É cíclico. Temos uma tradição muito rica de histórias de fantasmas. Nos anos 50 e 60, houve uma safra muito boa de filmes de horror no Japão. Acho que todo mundo gosta de uma história assustadora, que provoca o que chamamos de uma experiência que gela o corpo. Infelizmente nos anos 70 e 80, os japoneses passaram a ser considerados imitadores sem estilo. Com *Ringu* o mundo voltou a olhar com interesse para nosso terror, e voltamos a levar o gênero a sério”³³.

A Bruxa de Blair, realizado com orçamento supostamente inexistente,³⁴ trata de um grupo de estudantes que vão à uma floresta para realizar um documentário. A premissa do filme não é somente o desaparecimento dos jovens, mas o suposto fato de os próprios terem realizado as filmagens antes de desaparecerem. *A Bruxa de Blair* inaugurou um novo tipo de horror, onde o espectador acompanha a narrativa pelos olhos de uma personagem que está registrando a situação. Outros filmes como *Rec* (Espanha, 2006), *Cloverfield* (EUA, 2008) e *Diary of the Dead* (EUA, 2008) seguem o mesmo modelo narrativo.

O horror na atualidade tem se caracterizado pelo retorno à violência gráfica extrema em cenas de tortura, sofrimento e mortes violentas, como nos filmes *Ôdishon* (Japão, 1999), *House of 1000 Corpses* (EUA, 2003), *Wolf Creek* (Austrália, 2005),

³³ RIBEIRO, Teté. *Hollywood chama cineasta japonês para refazer seu "O Chamado 2"*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u50012.shtml>> .

³⁴ JANCOVICH, Mark. *Horror, the Film Reader*. p. 7.

Haute Tension (França, 2003), e *À L'interieur* (França, 2007); e pela rotina de re-makes de títulos importantes da década de 1970, como as novas versões de *The Texas Chainsaw Massacre* (EUA, 2003), de *The Hills Have Eyes* (EUA, 2006) e *The Omen* (EUA, 2007).

Alguns filmes, como os franceses *À L'interieur* e *Ils* (França, 2006) exploram o horror de personalidade em um novo contexto. Nesses filmes desmantelam a sensação de segurança e proteção do lar, os personagens tornam-se vítimas de suas próprias casas e do isolamento do mundo exterior quando deparam-se com psicopatas dentro de suas residências.

4.3. OS ZUMBIS NA CULTURA POPULAR

De acordo com a *Wikipédia*, um zumbi é uma forma de mito ou ficção que de raízes nígero-congolesas, que se refere à um corpo reanimado. As primeiras lendas envolvendo zumbis surgiram na região do Caribe e são erroneamente associadas ao Vodou. Embora o mito esteja presente na cultura haitiana, o zumbi não faz parte da religião de Vodou. De acordo a crença popular hatiana, um indivíduo dado como morto pode ser desenterrado e reanimado por meios de um ritual necromântico, realizado com o intuito maligno de servidão ao seu invocador, permanecendo em um estado catatônico.

4.3.1 Origens do Zumbi no Cinema

Os primeiros zumbis retratados no cinema, inspirados pela crença haitiana são apresentados como criaturas semi deterioradas que saem de suas tumbas para seguir ordens nefastas de seus mestres, como nos filmes *White Zombie* (1932 EUA), *King of Zombies* (EUA, 1941).

Na década de 1950, com a disseminação dos filmes de ficção científica, os cineastas estabeleceram novos padrões para as origens dos zumbis, desde experimentos científicos com gases que interferiam no sistema nervoso (*Teenage Zombies*, EUA 1957), até alienígenas que reanimavam os mortos (*Plan 9 from Outer Space* EUA, 1959). Os filmes *Invisible Invaders* (EUA, 1959) e *The Last Man on Earth* (EUA, 1964) tornaram os zumbis mais ameaçadores e perigosos, libertando-os controle de seus de seus reanimadores, para transforma-los em máquinas assassinas.

4.3.2 A contribuição de George Romero

O filme *A Noite dos Mortos Vivos*, de 1968, é considerado um marco no cinema de horror, estabelecendo o arquétipo do zumbi moderno presente em praticamente toda obra de cinema, literatura, história em quadrinho ou jogo de *videogame* que tratasse do assunto até o final da década de 1990.

O maior fator de diferenciação entre *A Noite dos Mortos Vivos* e os filmes de zumbis anteriores é o distanciamento da crença haitiana e do conceito do invocador controlando o zumbi. Os zumbis *romerianos* não são mortos já sepultados, mas pessoas recentemente falecidas, reanimadas por causas desconhecidas. São criaturas aparva-lhadas e sem manifestações sentimentais ou sociais, cujo único instinto é a procura e o consumo de seres humanos, capazes de sustentar danos corporais extremos e transmitir à seres humanos qualquer que seja a síndrome que os originou sua condição por meio de mordidas.

Ser a combinação de dois seres, ou de duas formas de um ser, é uma característica comum de vários monstros mitológicos. Os zumbis apresentam-se no limiar entre o humano e o não humano. Um dos aspectos que torna o zumbi uma forma interessante é seu aspecto físico, que se assemelha ao de um ser humano vivo. Essa característica perturbadora é um dos elementos mais chocantes nos filmes do tipo, pois tanto é aterrotizante assistir a uma cena um zumbi devorando humanos quanto presenciar os sobreviventes dizimando, de maneira violenta, centenas de zumbis que possuem feições humanas.

Apesar de se assemelharem a monstros como vampiros, os zumbis são monstros mais ambíguos, uma vez que não possuem qualidades sobrenaturais, fator que reforça suas características humanas de maneira desconcertante. Entretanto, essa característica confere ao zumbi uma vantagem sobre outros monstros, pois os mesmos freqüentemente têm a chance de atacar uma pessoa que ainda não percebeu que não está diante de um ser humano.

Os zumbis estão intimamente ligados à uma forma de apocalipse, ao colapso da civilização, de forma que raramente são representados em outros contextos. A infestação, em muitos casos, sinaliza o fim dos tempos, além de revelar terríveis aspectos da natureza humana, desestabilizando a ordem social e moral, o respeito à vida, o respeito à morte e a cadeia alimentar estabelecida pelo homem.

Nos últimos 40 anos, os filmes de Romero tornaram-se objeto de análise crítica social. O mundo devastado pelos mortos-vivos nos filmes de Romero é sempre moderno, e de cultura ocidental, especificamente, norte-americana. Em *Night of the Living Dead*, a bandeira americana sempre aparece em algumas cenas, como uma forma de representar que a sociedade americana está devorando a si mesma.³⁵

4.3.3 Representações na Atualidade

Em filmes contemporâneos, é comum a representação de zumbis como pessoas infectadas por alguma espécie de vírus ou arma biológica, como em *28 Days Later* (Reino Unido, 2002). Nas representações atuais, os zumbis são mais ágeis, velozes e agressivos, características que aumentam a tensão e a sensação de perigo nos filmes.

4.4. PESQUISA ICONOGRÁFICA

O objetivo da pesquisa é analisar o modo de produção da mensagem de horror no cartaz de cinema, na tentativa de identificar os valores mais comuns expressos em cartazes do gênero. O estudo foi feito a partir da identificação, classificação, descrição e interpretação dos elementos que compõe a mensagem visual no cartaz. A coleta desses dados fornecerá referências para a elaboração do cartaz .

Para a análise foram selecionados cartazes de títulos notórios contemporâneos³⁶ lançados entre 1960 e 2008, de títulos nacionais de horror e de títulos do subgênero de zumbis. Os cartazes foram agrupados e analisados de acordo com critérios determinados. Os títulos originais dos cartazes selecionados para análise encontram-se relacionados a seguir, divididos de acordo com as categorias citadas anteriormente.

👉 1960

- ☛ *Psycho* (EUA, 1960)
- ☛ *Les Yeux Sans Visage* (França, 1960)
- ☛ *Onibaba* (Japão, 1964)

³⁵ PAFFENROTH, Kim. *Gospel of the Living Dead*. p. 17.

³⁶ A seleção baseou-se em listas dos principais títulos do gênero presentes nos sites *All Movie Guide*, *Film Site*, *Horror Film*, *International Horror Guild* e *The Internet Movie Database*, todos especializados em cinema ou no gênero de horror.

- ☛ *Rosemary's Baby* (EUA, 1968)
- ☛ *Vargtimmen* (Suécia, 1968).

☛ 1970

- ☛ *The Exorcist* (EUA, 1973)
- ☛ *Texas Chainsaw Massacre* (EUA, 1974)
- ☛ *Jaws* (EUA, 1975)
- ☛ *The Omen* (Reino Unido/ EUA, 1976)
- ☛ *It's Alive* (EUA, 1974)
- ☛ *Suspiria* (Italia, 1977)
- ☛ *Alien* (Reino Unido/ EUA, 1979).

☛ 1980

- ☛ *The Shining* (Reino Unido/ EUA, 1980)
- ☛ *A Nightmare on Elm Street* (EUA, 1984)
- ☛ *The Fly* (Reino Unido/ Canadá/ EUA, 1986)
- ☛ *An American Werewolf in London* (Reino Unido, 1981)
- ☛ *The Hitcher* (EUA, 1986)
- ☛ *Children of the Corn* (EUA, 1984).

☛ 1990

- ☛ *The Silence of the Lambs* (EUA, 1991)
- ☛ *The Blair Witch Project* (EUA, 1999)
- ☛ *The Sixth Sense* (EUA, 1999)
- ☛ *Funny Games* (Áustria, 1997)
- ☛ *Army of Darkness* (EUA, 1992)
- ☛ *Ringu* (Japão, 1998)
- ☛ *Ôdishon* (Japão, 1999).

☛ 2000

- ☛ *Funny Games U.S.* (EUA, 2007)
- ☛ *The Exorcism of Emily Rose* (EUA, 2005)
- ☛ *The Signal* (EUA, 2007), *Severance* (Reino Unido/Alemanha, 2006)
- ☛ *The Strangers* (EUA, 2008)
- ☛ *Haute tension* (França, 2003)
- ☛ *Ils* (França, 2006) *À L'interieur* (França, 2007)
- ☛ *Hostel* (EUA, 2005), *30 Days of Night* (EUA, 2007)
- ☛ *The Midnight Meat Train* (EUA, 2008)
- ☛ *Bug* (EUA 2006)
- ☛ *The Ring* (EUA, 2002)
- ☛ *Cloverfield* (EUA, 2008)
- ☛ *Prom Night* (EUA, 2008)
- ☛ *Jisatsu Saakuru* (Japão, 2002)
- ☛ *Saw* (EUA, 2004)

- *The Happening*(EUA, 2008)
- *Gwoemul* (Coréia do Sul, 2006)

👉 Filmes Brasileiros

- *A Meia Noite Levarei Sua Alma* (1964)
- *Esta Noite Encarnarei no Seu Cadáver* (1967)
- *O Exorcismo Negro* (1974)
- *A Estranha Hospedaria dos Prazeres* (1976)

👉 Filmes de Zumbis

- *The Night of the Living Dead*
- *Dawn of the Dead*
- *Diary of the Dead*
- *Land of the Dead*
- *The Evil Dead*
- *Planet Terror*
- *Rec*
- *Fido*
- *28 Days Later*
- *House of the Dead*
- *Undead*
- *28 Weeks Later.*

4.4.1. Análise dos elementos plásticos

4.4.1.1. Cores

O simbolismo a psicologia das cores são construções culturais que variam de acordo com o tempo, local e cultura, de forma que uma mesma cor pode desempenhar diferentes papéis simbólicos em uma mesma cultura:

“Os diversos elementos da simbologia da cor, como em todos os códigos [...], resultam da adoção consciente de determinados valores representativos, designativos ou diferenciadores, emprestados aos sinais e símbolos que compõem tais sistemas ou códigos. Com efeito, o que dá qualidade e significado ao símbolo [...] é sempre sua utilização. Por isto, a criação dos símbolos é, via de regra, ato coletivo de função social, para satisfazer certas necessidades de representação e comunicação.³⁷”

³⁷ PEDROSA, Israel. *Da cor a cor inexistente*. Rio de Janeiro: L Christiano, 1977 p.99



Figura 9: Análise dos elementos plásticos - Cores - Preto.

O preto é a cor predominante nos cartazes da Figura 9. O preto indica a privação ou ausência de luz. Nos cartazes apresentados, o preto reforça os temas representados pelas imagens, evocando a noite, as trevas, o mal, a adversidade, o medo, a tristeza e a morte. Em alguns casos, o preto é utilizado para acentuar o vermelho puro, conferindo-lhe luminosidade e vibração.



Figura 10: Análise dos elementos plásticos - Cores - Vermelho.

O vermelho é a cor que mais se destaca visualmente e a mais rapidamente distinguida pelos olhos. No cartazes da Figura 10, o vermelho representa o sangue, o perigo, o alarme, o inferno, a violência, a brutalidade e o assassinato.



Figura 11: Análise dos elementos plásticos - Cores - Amarelo.

Nos cartazes da Figura 11, o amarelo remete à conceitos como contaminação, peste, doença, putrefação, sujeira, insalubridade, corrosão, agonia, calor e inferno. A incorporação de traços escuros, principalmente nas cores perto, marrom, laranja e verde, reforçam estes conceitos.



Figura 12: Análise dos elementos plásticos - Cores - Branco.

As imagens horríficas da Figura 12 contrastam com a luz, a pureza, a limpeza que o branco normalmente representa, criando uma relação de ambigüidade. Nos cartazes da porção superior da imagem, o branco transmite a sensação de silêncio, do perigo iminente. Nos cartazes da porção inferior, as imagens violentas “rompem” o fundo branco, tornando-se mais explícitas do que se estivessem sobre um fundo escuro.

4.4.1.2. Texturas



Figura 13: Análise dos elementos plásticos - Texturas - Desgaste.

Nos cartazes da Figura 13, as interferências sugerem desgaste, corrosão e destruição. Na Figura 14, as texturas remetem a sujeira e insalubridade, causando a sensação de desconforto.



Figura 14: Análise dos elementos plásticos - Texturas - Sujeira .

As texturas da Figura 15 lembram distorções que reproduzem as imagens de típicas de fitas magnéticas VHS defeituosas e interferências. O uso destas texturas antecipam parte do conteúdo dos filmes: *Rec* é um filme digital narrado sob a perspectiva de uma câmera de TV, em *Ring 2*, uma fita com imagens oníricas perturbadoras causa a morte de quem assiste a gravação e em *Diary of the Dead*, estudantes registram uma infestação de zumbis com câmeras domésticas

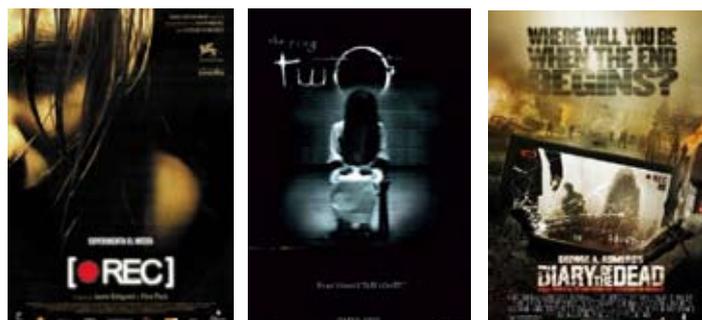


Figura 15: Análise dos elementos plásticos - Texturas - Interferência.



Figura 16: Análise dos elementos plásticos - Texturas - Viscosidade.

Na Figura 16, as texturas viscosas reforçam a representação do sangue, causando a sensação de repulsa.

4.4.1.3. Iluminação e Foco

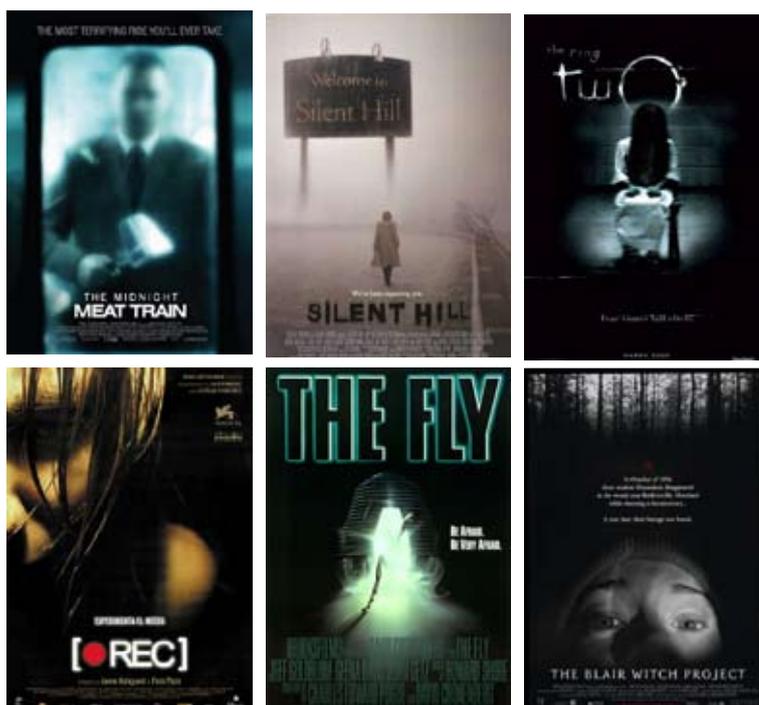


Figura 17: Análise dos elementos plásticos - Iluminação e foco.

Na figura 17, o uso de sombras ou de imagens pouco nítidas reforçam o caráter do medo do desconhecido. O espectador sabe que está vendo algo, mas não pode ter certeza, o que incita sua curiosidade.

4.4.1.4. Enquadramento



Figura 18: Análise dos elementos plásticos - Enquadramento.

As imagens em *closes* fechados nos cartazes da Figura 18 estabelecem uma relação de proximidade incômoda, em uma invasão do espaço da vítima ou do próprio espectador.

4.4.2. Análise dos elementos icônicos

Nos cartazes da Figura 19, as imagens apresentam tanto a vítima quanto o monstro, representando o confronto entre os mesmos e o a presença do perigo iminente.

Na Figuras 20 e 21, o tema das imagens é a representação do resultado da ação do monstro: o sofrimento de suas vítimas (Figura 20). Paisagens devastadas e estado de emergência (Figura 21)

O uso de imagens bizarras, perturbadoras ou fantásticas, como as apresentadas na Figura 22 causam grande impacto, prendendo o espectador que então interpretará as imagens para tentar descobrir qual é a temática do filme.



Figura 19: Análise dos elementos icônicos - Confronto.



Figura 20: Análise dos elementos icônicos - Sofrimento

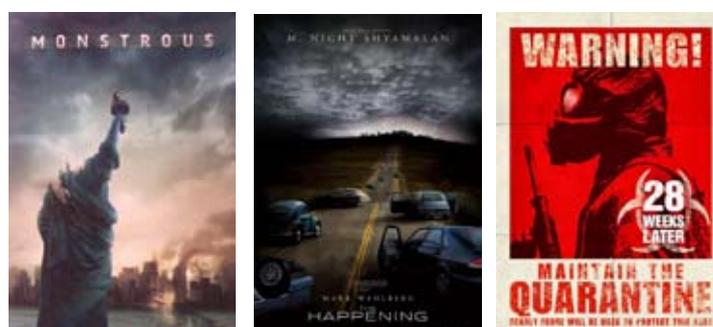


Figura 21: Análise dos elementos icônicos - Devastação



Figura 22: Análise dos elementos icônicos - Bizarro.

4.4.3. Análise dos cartazes de filmes de zumbi

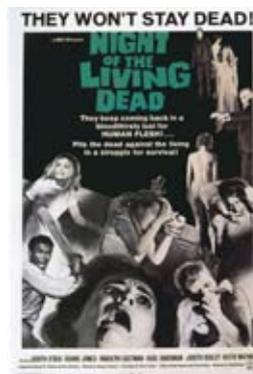


Figura 23: Cartaz do filme A Noite dos Mortos Vivos.

O cartaz da Figura 23 é composto por imagens retiradas das cenas do filme, contendo vários temas. As imagens da direita apresentam os zumbis e suas ações (no canto inferior, há um zumbi devorando algo), enquanto as imagens da esquerda apresentam o horror das vítimas da situação. A tipografia remete aos filmes de horror de baixo orçamento ou de conteúdo cômico.

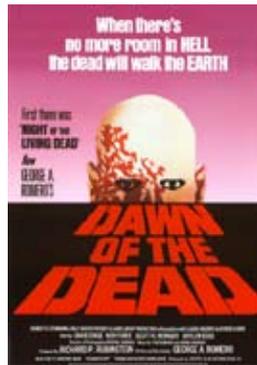


Figura 24: Cartaz do filme *O Despertar dos Mortos*.

A composição da Figura 24 remete ao título do filme, *O Despertar dos Mortos*. *Dawn*, em inglês, significa amanhecer. O rosto ascendendo representa o sol, a distorção da título os raios solares. A representação do amanhecer é reforçada pelo gradiente na porção superior da imagem.



Figura 25: Cartaz do filme *Terra dos Mortos*

As sombras na imagem da Figura 25 conferem um aspecto tenebroso a imagem. A multidão de zumbis cercando a cidadela ao fundo representa o isolamento da população remanescente, refém da infestação. A predominância do amarelo reforça a idéia de epidemia, de situação alarmante.

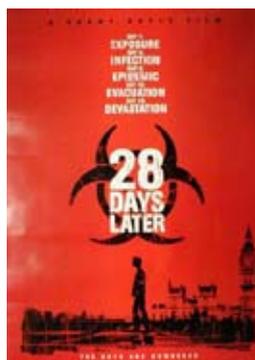


Figura 26: Cartaz do filme *Extermínio*.

O tema da Figura 26 é a infestação, representada pela cor vermelha e no símbolo superposto pelo título. A chamada completa o sentido do símbolo, relatando de forma sucinta os estágios da situação. As figura da porção inferior é apresenta traços abstratos que formam uma textura irregular, representando a devastação.



Figura 27: Cartaz do filme REC.

A iluminação, o enquadramento e a expressão no rosto da mulher, bem como o aspecto de seus cabelos, expressam que o cartaz da Figura 27 é de um filme de horror, sem no entanto, explicitar seu conteúdo.

4.4.4. Análise dos cartazes de filmes brasileiros



Figura 28: A Meia Noite Levarei Sua Alma.

A Figura 28 apresenta uma série de elementos horríficos, como caveiras, cruzes e túmulos, apresentando a os elementos de horror demônio presentes no filme. A figura de olhos vermelhos no centro da imagem, aponta para o espectador em, reforçando o tom de ameaça do título.



Figura 29: *A Estranha Hospedaria dos Prazeres*.

Na Figura 29, o rosto dividido em duas faces, a do Zé do Caixão e a de uma caveira remetem ao conceito de dualidade, da face obscura do ser humano. As sombras e as cores remetem ao inferno.

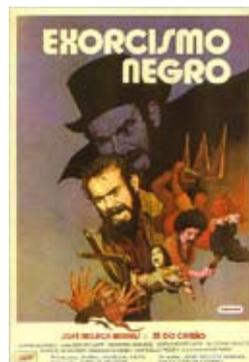


Figura 30: *O Exorcismo Negro*

No cartaz da Figura 30, a imagem é composta por diversos recortes. As expressões nos rostos das figuras refletem temor e perturbação. As mãos com unhas compridas evidenciam que se trata de um filme de José Mojica Marins. A cruz e a composição completam o sentido do título, remetendo ao inferno e ao confronto entre Deus e o Diabo.



Figura 31: *Esta Noite Encarnarei no Seu Cadáver*

Na Figura 31, a imagem perturbadora de um globo ocular sangrando as chamas e a silhueta de formas pontiagudas, o uso do preto e do vermelho remetem ao inferno e ao horror demoníaco.

5 CONCEITUAÇÃO DO PROJETO

As conclusões das questões abordadas nos capítulos anteriores constituem a conceituação do projeto. Nesse capítulo serão apresentadas as diretrizes para o desenvolvimento do cartaz e das outras peças promocionais.

O material proposto deve estabelecer uma identidade que evidencie os principais aspectos da obra, comunicando gênero, realizadores, elenco, temas e estilo, entre outros aspectos. As diretrizes aqui determinadas resumem as características consideradas adequadas e necessárias para a formulação do material promocional.

O propósito da divulgação é difundir o filme e antecipar conteúdos de forma a incitar a curiosidade e interesse do espectador potencial. Para tanto é necessário determinar uma hierarquia de elementos, baseada na importância dos mesmos para transmissão da mensagem e pelo potencial interesse que esses elementos podem despertar.

5.1. MATERIAL PROMOCIONAL

O material promocional será composto de cartaz, embalagem e *label* do DVD, ingresso para as sessões em auditórios privados e convite.

5.2. MENSAGEM VERBAL

O conteúdo verbal contém obrigatoriamente o título do filme. O resumo dos créditos deve estar presente no cartaz. O uso da chamada é opcional em todo o material. O selo de classificação indicativa deve estar presente no cartaz, ingresso e capa do DVD.

1. Título:

A Capital dos Mortos

2. Tagline ou chamada:

A segunda geração chegou ao fim.

3. Billing ou resumo dos créditos:

Vortex Filmes apresenta: "A Capital dos Mortos". Elenco: Pablo Peixoto, Laura Moreira, Gustavo Serrate, Yan Klier, Jean Carlo, Luísa Viotti, Angélica Ribeiro, Gino Evangelisti. Direção: Tiago Belotti. Produção: Rodrigo Luiz Martins, Fernanda Duarte, Hermes Barreto. Edição e Efeitos Especiais: Fábio Rafael. Trilha Sonora Original: Renan Fersy. Roteiro: Mikael Bissoni, Tiago Belotti. www.acapital-dosmortos.com.br

4. Selo de classificação inditiva:

A Classificação Indicativa é norma constitucional processual que exige das emissoras de TV, dos distribuidores de produtos audiovisuais e demais responsáveis a veiculação da classificação atribuída a cada programa ou obra audiovisual. De acordo com os parâmetros instituídos no manual da Nova Classificação Indicativa do Ministério da Justiça³⁸, o selo de classificação segue padrão da Figura 32. *A Capital dos Mortos* é inadequado para menores de 16 anos. O selo deverá seguir o padrão da Figura 33.

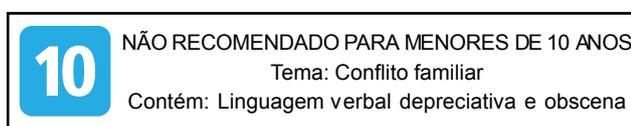


Figura 32 : Exemplo do padrão do selo de classificação indicativa

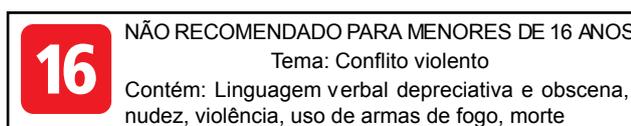


Figura 33 : Selo de classificação indicativa que deve ser aplicado no material promocional

5.3. MENSAGEM VISUAL

A imagem do cartaz deve representar a infestação de zumbis e seu caráter apocalíptico, a cidade de Brasília e a morte, evidenciando o gênero e a temática do filme. A

³⁸ Manual da nova classificação indicativa. Organização José Eduardo Romão, Guilherme Canela, Anderson Alarcon. Brasília: Ministério da Justiça. Secretaria Nacional de Justiça. Departamento de Justiça, Classificação, Títulos e Qualificação, 2006.p. 46.

composição deve explorar o uso de fotografias, texturas montagens ou colagens em referências indiretas ao tema. A paleta de cores será composta por cores que remetam a fotografia do filme. O título deve contrastar com a imagem e tom e cor.

5.4. PAINÉIS TEMÁTICOS

5.4.1. Cores

A fotografia do filme, como pode-se observar na comparação entre as Figuras 34 e 35, apresenta uma estética semelhante à estabelecida pelo movimento de lomografia, com cores amareladas ou esverdeadas e intenso contraste.



Figura 34 : Fotograma do filme *A Capital dos Mortos*



Figura 35 : foto lomográfica.

O termo Lomografia deriva do nome das máquinas fotográficas soviéticas *Lomo*, produzidas na União Soviética no período da Guerra Fria, a partir de 1982, quando o general Igor Petrowitsch Kornitzky, do Ministério Russo da Indústria e da Defesa,

amante da fotografia, e encantado com uma diminuta câmara japonesa, ordenou ao diretor da Leningradskoye Optiko Mechanicheskoye Obyedinenie - Empresa Ótica e Mecânica de Leningrado - a fabricação em massa de máquinas fotográficas pequenas, robustas e fáceis de usar. Estas câmeras, apresentavam como peculiaridade de sua construção uma série de problemas: entrada de luz, dupla exposição e aberrações cromáticas. Entretanto, pela imprevisibilidade dos resultados e as qualidades estéticas obtidas, tornaram as câmeras *Lomo* um grande sucesso.

A paleta de cores apresentada na Figura 37 baseia-se no painel temático da Figura 36, montado com fotogramas do filme e fotos lomográficas.



Figura 36: Painel temático - Cores.

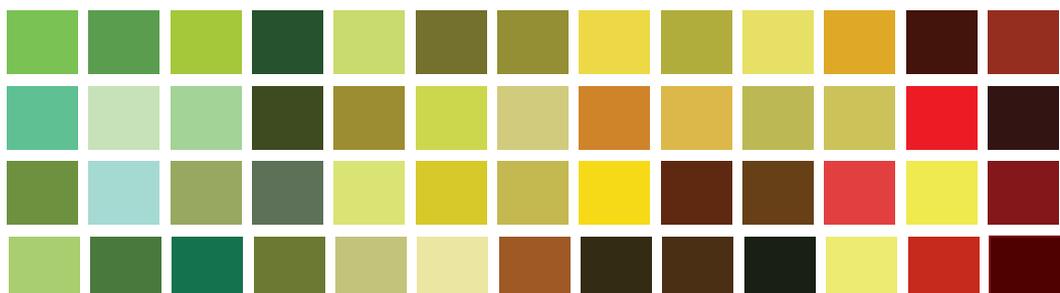


Figura 37: Paleta de Cores

5.4.2. Brasília

Brasília é a capital da República Federativa do Brasil e do Distrito Federal. A cidade foi concebida para ser o “Símbolo do Brasil Novo”, durante o governo do presidente Juscelino Kubitschek (1956-60), quando o Brasil passou por rápidas transformações. O Plano de Metas abre a economia ao capital estrangeiro e a entrada em larga escala de empresas multinacionais faz com que o país sofra um processo de “modernização”, deixando de ser rural para tornar-se predominantemente urbano-industrial. A construção da nova capital, baseada em uma concepção arquitetônica e urbanística moderna, deveria funcionar como exemplo a ser seguido pelas demais cidades brasileiras.

As edificações da região central da cidade, mais precisamente no Eixo Monumental, constituem um repertório de ícones associados à identidade nacional, representados pela Figura 38. Entretanto, estas as imagens estão intimamente ligadas aos três poderes da República e não refletem o cotidiano da maioria dos quase 2,5 milhões de habitantes da cidade. O painel da Figura 39 apresenta imagens do cotidiano de Brasília: as superquadras residenciais, as amplas vias e tesourinhas, as passarelas subterrâneas, os espaços amplos, a divisão setorial dos espaços, etc.



Figura 38: Painel temático - Brasília I.



Figura 39: Painel temático - Brasília II.

5.4.3. Zumbis e morte

Em *A Capital dos Mortos*, os zumbis são caracterizados por manchas de sangue em várias partes do corpo e nos figurinos. O painel temático da figura 40, construído a partir fotos do *making of* do filme e imagens de manchas de sangue, representam os zumbis e a morte.



Figura 40: Painel temático - Zumbis e Morte.

5.4.4. Apocalipse e Destruição

Os zumbis estão intimamente ligados a idéia de apocalipse. No filme é sugerido que o retorno dos mortos é uma forma de punição divina, descrita em uma profecia fictícia do padre Dom Bosco:

“No ano de 1883, em Turim, na Itália, o padre Dom Bosco teve um sonho-visão sobre a construção da cidade de Brasília. Foi-lhe dito também que a raça humana estava prestes a ser testada, e que a cidade prometida seria o palco do evento. Dom Bosco foi avisado de que no dia de sua morte, um processo de três gerações de sessenta anos começaria. Nas duas primeiras gerações, as atitudes dos homens seriam avaliadas, e sentenciadas 120 anos depois.”³⁹

O painel da Figura 41 apresenta imagens que remetem aos conceitos de apocalipse e destruição.



Figura 41: Painel temático - Apocalipse e Destruição.

³⁹ Retirado da sinopse do filme, fornecida pelo diretor, Tiago Belloti.

6 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS E DESENVOLVIMENTO PROJETUAL

O processo de geração de alternativas se iniciou com produção de esboços para o cartaz, seguindo o modelo representativo presente na maioria dos cartazes de filmes de zumbis, que apresentam normalmente fotografias de zumbis do filme. Partiu-se então para a produção de material para a o desenvolvimento da imagem do cartaz.

6.1. PRODUÇÃO DE MATERIAL

As fotografias da Figura 42 foram tiradas no Eixo Monumental e apresentam edificações importantes como o Congresso Nacional e Catedral Metropolitana, os Ministérios, o Memorial JK e o Museu Nacional ícones associados à identidade nacional e que remetem a cidade de Brasília.



Figura 42: Fotografias tiradas no Eixo Monumental

A Figura 43 contém de fotografias da passarela subterrânea que liga as entrequadras 112 e 212 na Asa Norte. As passarelas subterrâneas, presentes em todas as quadras residenciais do Plano Piloto são espaços temidos e evitados pelo brasileiro e um dos poucos cenários realmente deteriorados na cidade. Diferentemente de espaços como a Rodoviária de Brasília, as Avenidas W3 Sul e Norte e o Setor Comercial Sul, espaços também caracterizados pela sujeira e deterioração, as passarelas subter-

râneas não apresentam concentração de pessoas, e mesmo nos horários de pico de trânsito de pedestres permanecem vazias, característica que associada à sujeira e ao mal-cheiro tornam a passarela um espaço inaprazível.

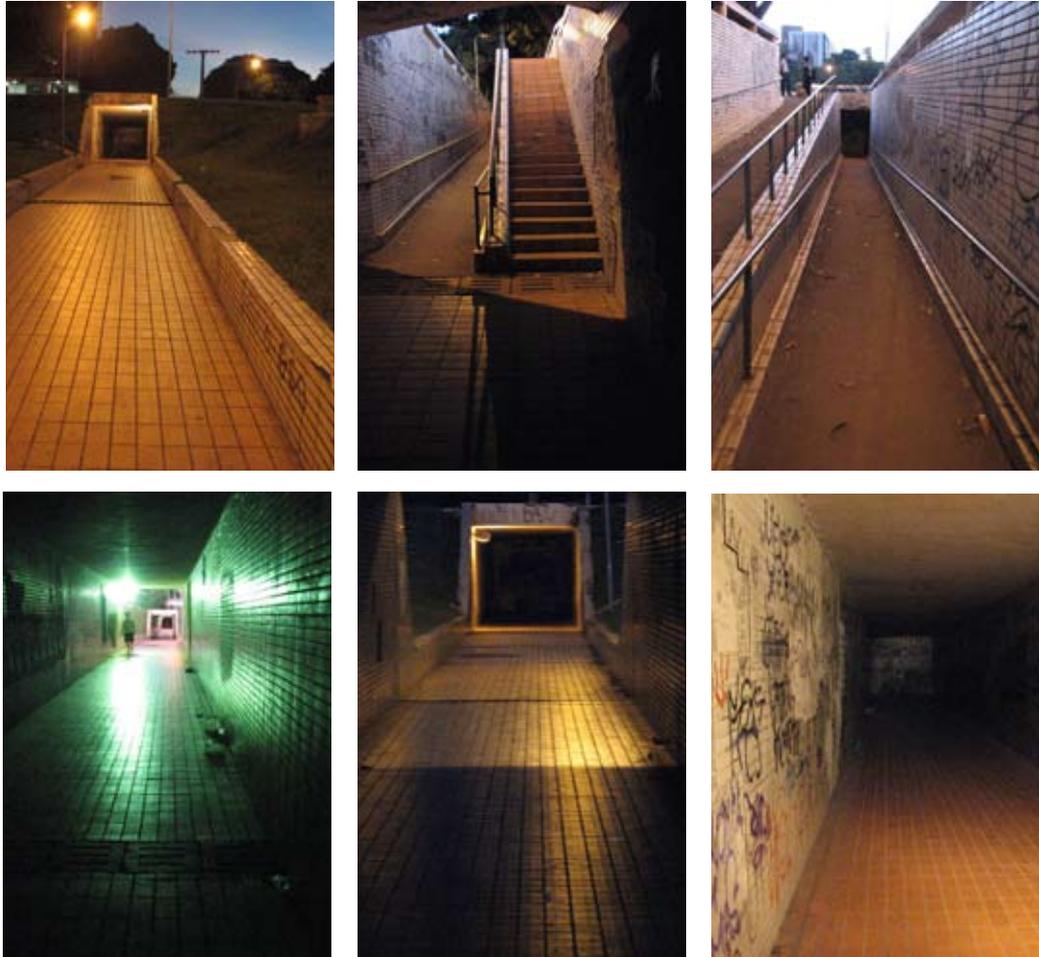


Figura 43: Fotografias tiradas na passarela subterrânea que liga as entrequadras 112 e 212 na Asa Norte

A Figura 44 contém fotografias de pilotis de blocos nas quadras residenciais 308, 407, 206, 112, e 406 da Asa Norte. Os pilotis são espaços destinados à livre circulação de pedestres e atividades variadas que existem sob os blocos da maioria das superquadras do Plano Piloto. O projeto original das superquadras previa que a circulação por todos os lugares deveria ser livre, e que os prédios deveriam flutuar acima de tudo, não ocupando os espaços mas, pelo contrário, colocando-se sobre eles.



Figura 44: Fotografias dos pilotis.

Os pilotis das edificações em Brasília, se colocados sob a perspectiva da infestação apresentada no filme, podem constituir um elemento de horror: um indivíduo correndo, buscando escapar dos mortos-vivos, não teria, literalmente, para onde correr e se esconder. A livre circulação das pessoas, não apenas pelos pilotis dos prédios, mas por toda a cidade, cuja paisagem é caracterizada pela amplitude dos espaços livres, criam um ponto de diferenciação entre *A Capital* e os filmes que influenciaram a produção, na medida em que esses, ao percorrerem a cidade, não conseguem se esconder na paisagem, mas tornam-se vítimas dela.

Para obter imagens de manchas de sangue foi fabricado cerca de um litro de sangue cenográfico, a partir feito de ingredientes culinários e corantes artificiais. O sangue cenográfico foi então derramado e esguichado em folhas de papel ofício de forma a obter padrões diversos e então fotografados. As imagens foram recortadas e tratadas digitalmente, produzindo os padrões apresentados na Figura 45.



Figura 45: Manchas de sangue produzidas para elaboração do cartaz.

Finalmente, fotogramas e fotos do making of do filme foram recortados para obter imagens de zumbis do filme, como as apresentadas na Figura 46.



Figura 46: Zumbis do filme.

6.2. MONTAGENS DIGITAIS

A partir do material produzido, foram produzidas diversas montagens digitais. As primeiras tentativas seguiram o modelo mais comuns nos cartazes de filmes de zumbis, apresentando-os em diversos cenários (Figura 47).

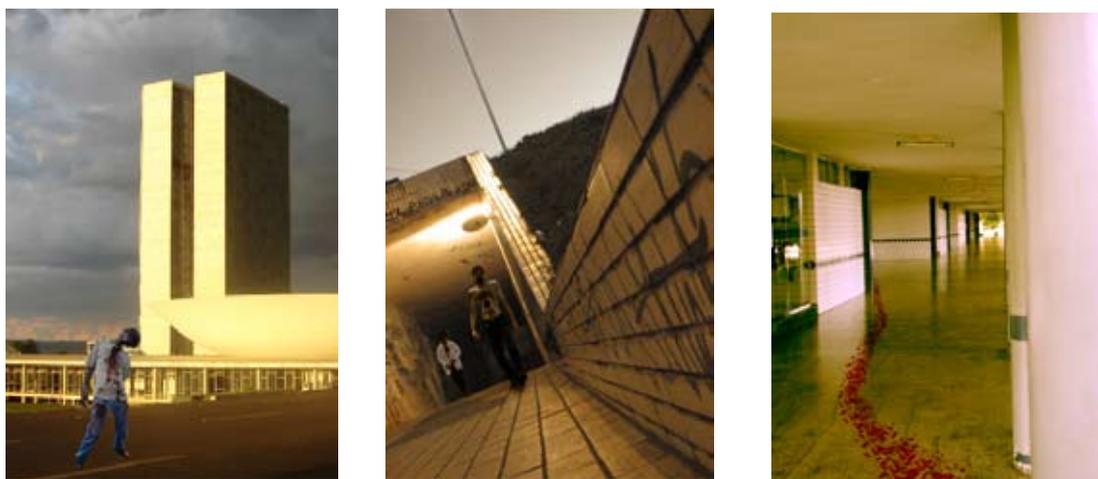


Figura 47: Exemplos das montagens digitais.

Entretanto, as imagens de zumbis disponíveis não eram satisfatórias quanto a qualidade. Diante da impossibilidade de produzir novas imagens de zumbis e do risco de as mesmas não corresponderem as caracterização dos mortos-vivos no filme, optou-se pela busca de outras representações no cartaz.

6.3. TRATAMENTO DE COR

Foram selecionadas entre as fotografias produzidas imagens consideradas representativas de Brasília, que sofreram modificações com aplicação de filtros e manipulação digital, em uma tentativa de reproduzir a estética da lomografia (Figuras 48 e 49).

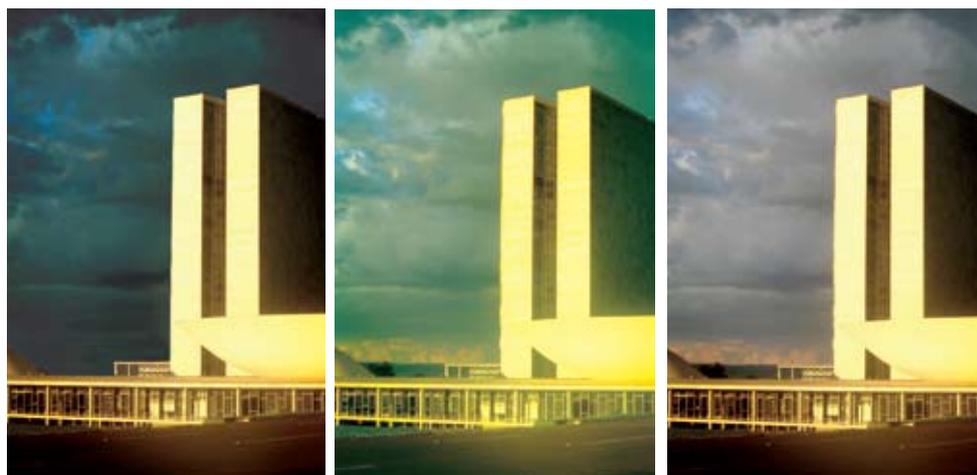


Figura 48: Tratamento de cores.

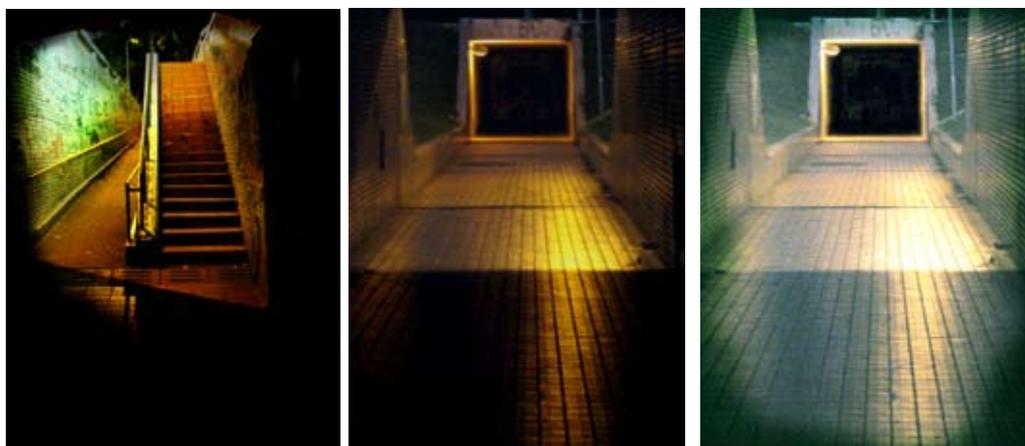


Figura 49 Tratamento de cores.

6.4. PESQUISA TIPOGRÁFICA

Foram selecionadas diversas tipografias para a apresentação do título do filme no cartaz, apresentadas na Figura 50. Buscou-se tipografias tanto do tipo fantasia, de aspecto distorcido e desalinhado, remetendo à tipografia presente nos cartazes de *filmes B*, como tipografias do tipo *display* condensadas sem serifa, muito utilizadas nos cartazes contemporâneos.

A CAPITAL DOS MORTOS

House Movement Soild

A CAPITAL DOS MORTOS

Open House

A CAPITAL DOS MORTOS

Dirty House

A CAPITAL DOS MORTOS

Carimbo

A CAPITAL DOS MORTOS

Bodega Sans Black SC

A CAPITAL DOS MORTOS

Flyer Fonts Hardcore

A CAPITAL DOS MORTOS

Flyer Fonts Hardcore

A CAPITAL DOS MORTOS

Confidential Regular

A CAPITAL DOS MORTOS

BadHouse Bold

A CAPITAL DOS MORTOS

House of terror

A CAPITAL DOS MORTOS

Chalet Comprime

A CAPITAL DOS MORTOS

Impact

Figura 50: Pesquisa tipográfica.

6.5. ESTUDOS DE COMPOSIÇÃO

Foram selecionadas duas possíveis fotografias tratadas para o cartaz: a de uma passarela subterrânea e uma do Congresso Nacional, apresentadas na Figura 51. A estas imagens foram incorporadas manchas de sangue, texturas, o título do filme e os créditos em diversas composições, como as apresentadas na Figura 52.



Figura 51: Imagens selecionadas.

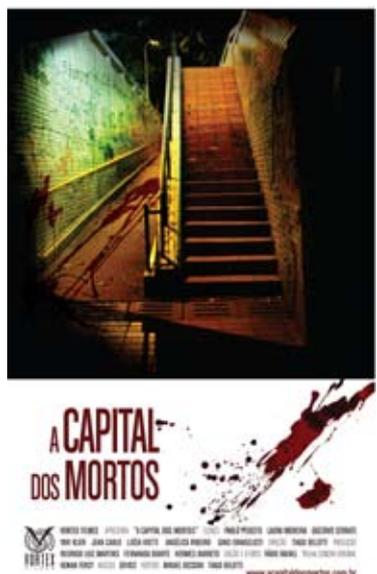
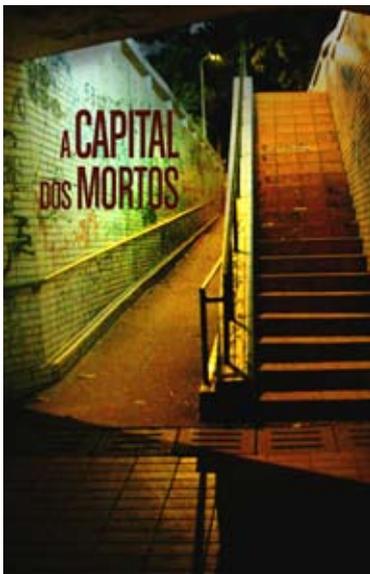
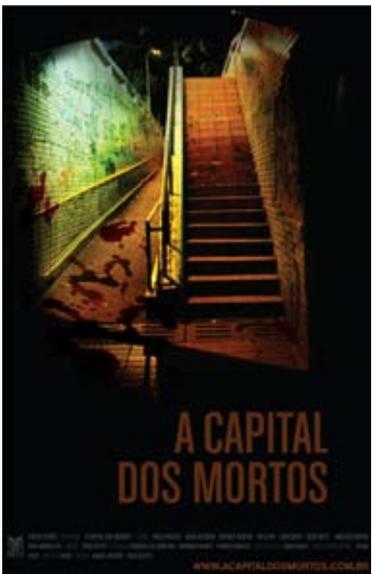
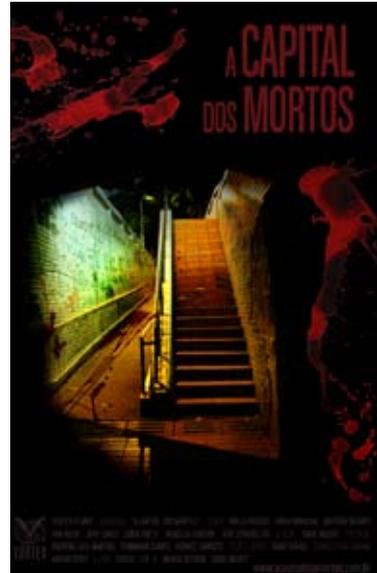
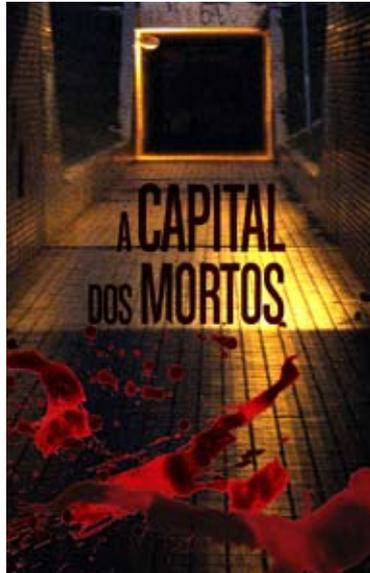
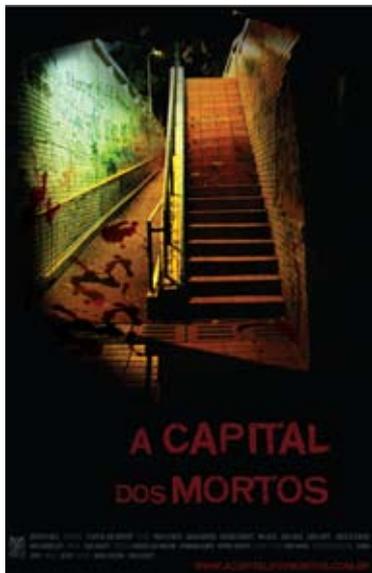
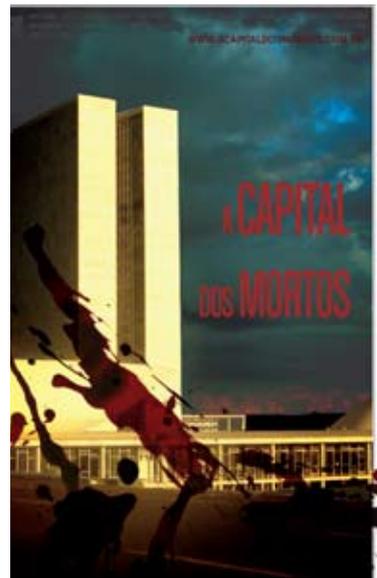
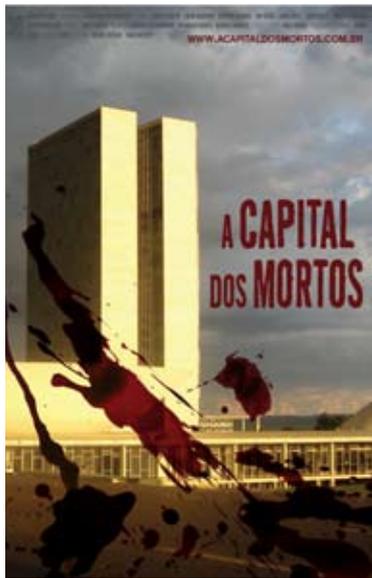


Figura 52: Estudos de composição.

7 PRODUTO FINAL

7.1. CARTAZ

A Capital dos Mortos é um filme onde o que realmente é afetado pela infestação de zumbis é o cotidiano de jovens brasileiros. Por este motivo, a imagem selecionada foi a da passarela subterrânea, pois esta representa um espaço temido e evitado pelo brasileiro. As cores remetem a fotografia do filme e as manchas de sangue evidenciam a passagem de um ou vários zumbis pela passarela, representando a morte violenta. As sombras e o contraste reforçam a mensagem do horror no cartaz, que tem seu sentido completo com o título, escrito com tipografia remete à produções de baixo orçamento.

Quando associa-se as passarelas à parte do título "A Capital", completa-se o sentido de que as mesmas estão em Brasília. O restante do título "dos Mortos", completa o entendimento de que se trata de um filme de zumbis, uma vez que, quase todos os títulos do subgênero contêm o termo "dos mortos" quando traduzidos no Brasil.

O formato principal do cartaz, especificado na Figura 53, é ligeiramente menor do que o padrão A3 e proporcional ao formato meia-folha, permitindo que o mesmo seja impresso tanto em menor quantidade em gráficas rápidas que utilizam impressão digital a *laser*, na dimensão 288 x 420 mm, quanto em maior quantidade neste mesmo formato ou no formato meia-folha (440 x 640) em *offset*, de acordo com a demanda.

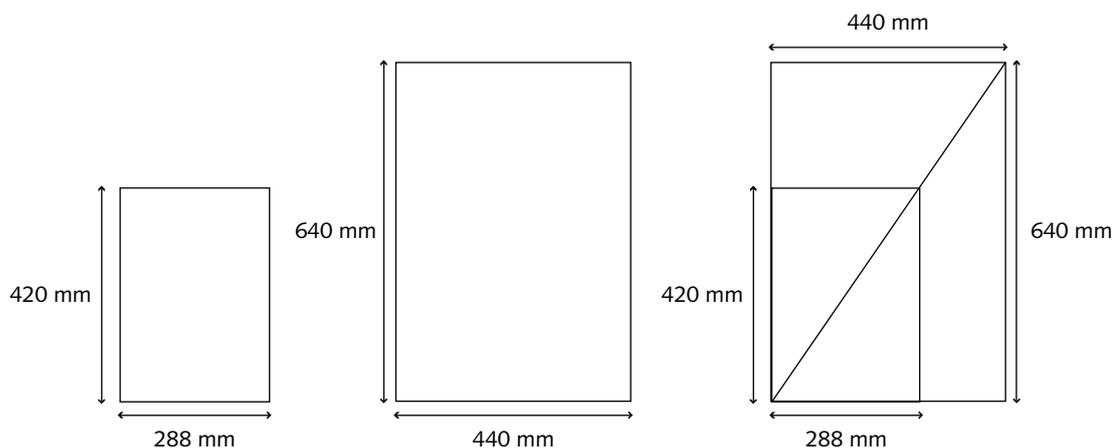
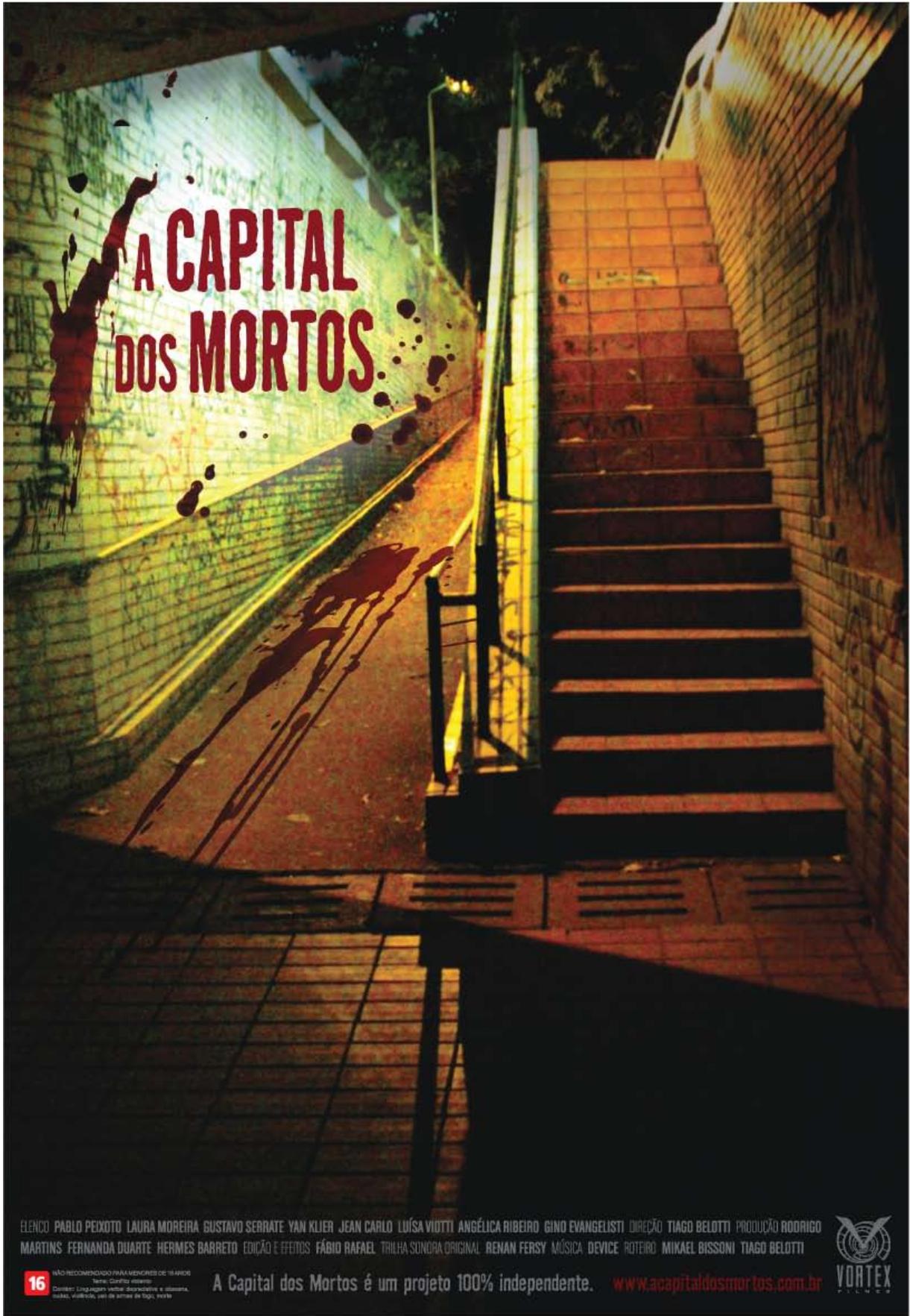


Figura 53: Dimensões do cartaz.



ELENCO: PABLO PEIXOTO, LAURA MOREIRA, GUSTAVO SERRATE, YAN KLIER, JEAN CARLO, LUÍSA VIOTTI, ANGÉLICA RIBEIRO, GINO EVANGELISTI. DIREÇÃO: TIAGO BELOTTI. PRODUÇÃO: RODRIGO MARTINS, FERNANDA DUARTE, HERMES BARRETO. EDIÇÃO E EFEITOS: FÁBIO RAFAEL. TRILHA SONORA ORIGINAL: RENAN FERSEY. MÚSICA: DEVICE. ROTEIRO: MIKAEL BISSONI, TIAGO BELOTTI.

16 NÃO RECOMENDADO PARA MENORES DE 16 ANOS
Tem: Conflito violento
Conteúdo: Linguagem vulgar, drogas/alcool e violência, tabaco, suicídio, uso de armas de fogo, sexo

A Capital dos Mortos é um projeto 100% independente. www.acapitaldosmortos.com.br



Figura 54: Cartaz..

7.2. EMBALAGEM E LABEL DO DVD

A capa do DVD (Figura 57), como o cartaz, apresenta uma fotografia de uma passarela subterrânea. Como é comum no material promocional de muitos filmes, o cartaz e da capa do DVD são semelhantes ou apresentam o mesmo tema em imagens diferentes. A da imagem da capa remetem aos mesmos conceitos da imagem do cartaz, acrescentando o conceito de apocalipse, conferido pelo contraste de iluminação da foto. As manchas de sangue que contornam o título são idênticas as do cartaz, como em todo o material promocional.

O verso da capa (Figura 58) contém a sinopse, o selo de classificação indicativa e fotogramas do filme, além do endereço do *site* e da indicação de material extra.

As dimensões da capa, apresentadas na Figura 55, foram determinadas de acordo com o padrão das embalagens do tipo *slim* disponíveis no mercado, semelhantes a embalagem apresentada na Figura 56.

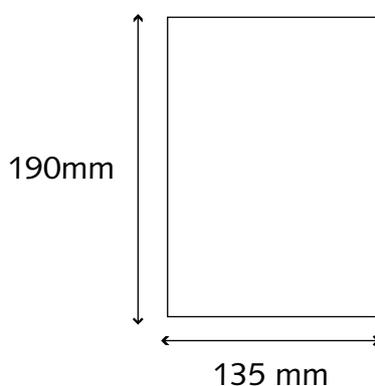


Figura 55: Dimensões da capa do DVD.



Figura 56: Modelo da embalagem do DVD.



Figura 57: Frente da Capa do DVD



Figura 58: Verso da Capa do DVD



Figura 59: Label do DVD e label impresso em *lightscribe*.

O *label* do DVD será impresso com a tecnologia *lightscribe*, presente na maioria dos gravadores de DVD domésticos fabricados a partir de 2008.

7.3. CONVITE E INGRESSO

A Figura 60 apresenta o convite destinado à distribuidoras e outras instituições que interessam a produção. O convite tem o formato de um cartão postal de 100 x 150 mm e apresenta uma fotografia do Congresso Nacional, manipulada digitalmente que remete à estética lomográfica e uma mancha de sangue.

O ingresso da Figura 61 destina-se a arrecadação nas exposições em auditórios privados. A imagem segue o mesmo padrão do verso da capa do DVD e do convite postal.



Figura 60: Frente e verso do convite.



Figura 61: Ingresso.

8 CONCLUSÃO

O projeto possibilitou a exploração da linguagem do horror no material promocional de maneira subjetiva na representação da identidade do filme nas peças promocionais. A pesquisa iconográfica e sobre o contexto cultural do filme foram de grande valia para o desenvolvimento do projeto. Foi possível compreender que a mensagem de horror pode se dar de maneira indireta e sem o uso de imagens apelativas. O projeto atingiu os objetivos a que se propôs, produzindo representações gráficas coerentes com a identidade do filme em peças promocionais de maneira integradas visualmente.

As próximas etapas estabelecidas consistem na validação do material com os realizadores do filme; na produção do material promocional e, possivelmente, na produção de uma versão alternativa do cartaz para sua veiculação nacional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DONDIS, Donis A. *Sintaxe da linguagem visual*. 2. ed. Rio de Janeiro: M Fontes, 1997. 236 p.

MUNARI, Bruno. *Fantasia: Invenção, criatividade e imaginação na comunicação visual*. 2. ed. Lisboa: Presença 220 p.

PEDROSA, Israel. *Da cor a cor inexistente*. Rio de Janeiro: L Christiano, 1977. 219 p.

CALDAS, Ricardo Wahrendorff; MONTORO, Tânia Siqueira (Coord). *A evolução do cinema brasileiro no século XX*. Brasília: Casa das Musas, 2006. 312 p.

BAKER, Stephen. *Advertising layout and art direction*. New York: McGraw-Hill 326 p.

RODRIGUES, Eduardo Jesus. *Cartaz em São Paulo(o)*. São Paulo: Cent Pesq Art Bras, 1980. 92 p.

MOLES, Abraham Antoine. *Cartaz(o)*. São Paulo: Perspectiva, 1987. 255 p

ALMEIDA, Paulo; Sérgio, BUTCHER, Pedro. *Cinema, desenvolvimento e mercado*. Rio de Janeiro: BNDES: Aeroplano, 2003. 155 p.

JOLY, Martine. *Introdução à análise da imagem*. 11. ed. Campinas: Papirus, 2007. 152 p.

FRUTIGER, Adrian. *Sinais e Símbolos*. 1 ed. São Paulo: Martins Fontes. 1999. 334 p.

FUENTES, Rodolfo. *Prática do design gráfico(a)*. 1 ed. São Paulo: Rosari 2006. 144 p.

WELLS, Paul. *The Horror Genre: From Beelzebub to Blair Witch*. 1 ed. Wallflower Press. 2000. 130 p

SKALL, David. *The monster show*. 1 ed. Faber & Faber. 2001. 432 p.

LANGFORD, Barry. *Film Genre: Hollywood and Beyond*. 5 ed. Edinburgh University Press. 2005. 310 p.

JANCOVICH, Mark. *Horror, the Film Reader*. 1 ed. Edinburgh University Press. 2001. 188 p.

PAFFENROTH, Kim. *Gospel of the Living Dead: George Romero's Visions of Hell on Earth*. 1ed. 2006. Baylor University Press

FREUD, Sigmund. *Edição standart brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud*. Vol. 17. Tradução de Eldoro Augusto Macieira de Souza. Rio de Janeiro: Imago, 1976.

Manual da nova classificação indicativa. Organização José Eduardo Romão, Guilherme Canela, Anderson Alarcon. - Brasília: Ministério da Justiça. Secretaria Nacional de Justiça. Departamento de Justiça, Classificação, Títulos e Qualificação, 2006. 61 p. *A Tribute to Film Posters.* Disponível em: <<http://www.all-film-posters.com/history-film-posters.html>>.

RIBEIRO, Teté. *Hollywood chama cineasta japonês para refazer seu "O Chamado 2"*. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u50012.shtml>> Acesso em 20 de abril de 2008.

ARAÚJO, Inácio. *O que menos mudou foi a publicidade.* Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u34961.shtml>. Acesso em 15 de março de 2008. <<http://www.reelclassics.com/Articles/General/posters-article.htm>> Acesso em 12 de março de 2008.

The True Origin of the Horror Film. Disponível em: <http://pages.emerson.edu/organizations/fas/latent_image/issues/1990-05/horror.htm>

Horror Fiction. Disponível em: <http://en.wikipedia.org/wiki/Horror_fiction>. Acesso em 5 de maio de 2008.

Horror Films. Disponível em: <<http://www.filmsite.org/horrorfilms.html>>. Acesso em 5 de maio de 2008.

Horror Film History. Disponível em: <<http://www.horrorfilmhistory.com>>. Acesso em 5 de maio de 2008.

Sobre o cinema independente nacional. Disponível em: <<http://www.overmundo.com.br/overblog/sobre-o-cinema-independente-nacional>> Acesso em 17 de março de 2008.

Movie Marketing. Disponível em: <<http://www.mediaknowall.com/gcse/Blockbuster/MovieMarketing.html>> Acesso em 12 de março de 2008.

Tamanho de papel. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Tamanho_do_papel>. Acesso em 12 de março de 2008.

American Movie Poster Sizes Types Styles U.S. Posters. Disponível em: <<http://www.cinemasterpieces.com/cineamericanstyles.htm>>. Acesso em 12 de março de 2008.

International Movie Poster Sizes Types Styles. Disponível em: <http://www.cinemasterpieces.com/cineforeignstyles.htm>. Acesso em 12 de março de 2008.

The 25 Most Controversial Films of All-Time. Revista eletrônica Entertainment Weekly. <<http://www.ew.com/ew/article/0,,1202623,00.html> >. Acesso em 14 de abril de 2008.

Japanese Movie Poster. Disponível em: <<http://www.japanesemoviepostercompany.com/chirashipage.html>>. Acesso em 12 de março de 2008.

Introduction to International Movie Posters. Disponível em: <<http://www.learnaboutmovieposters.com/newsite/INDEX/ARTICLES/InternationalIntroduction.asp>>. Acesso em 12 de março de 2008.