A PRODUÇÃO DOS CARTAZES DE FILMES B PARA O CINEMA: UMA FORMA DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO NAS ARTES VISUAIS

Autor: Vagner José Aparecido Magri Junior
Orientador: Nelson Silva Junior
e-mail: vagnermagri11@gmail.com
e-mail do orientador: nelsonsj194@yahoo.com.br

Universidade Estadual de Ponta Grossa/Departamento de Artes

Artes Visuais, educação e Cultura

Palavras-chave: Cinema, cartazes de filmes, filmes B, Artes Visuais.

Resumo

A pesquisa teve por objetivo principal, estudar os cartazes dos Filmes B do cinema hollywoodiano das décadas de 1930, 1940 e 1950. Entenderam-se essas produções como peças publicitárias, como obras de arte. Para tanto foram utilizados fundamentos teóricos que possibilitaram compreender aspectos da produção artística e da produção publicitária, bem como o diálogo estabelecido entre ambas. Foram estudadas também as relações que essas produções estabeleceram com seu público da época e o público atual.

Introdução

A pesquisa se deu em função da necessidade de compreender os cartazes de cinema produzidos por ilustradores e pintores, como obras de arte e como tais, sua influência na divulgação de um produto (o próprio filme). Para esse estudo, foi selecionado o segmento cinematográfico hollywoodiano dos Filmes B, no período das décadas de 1930, 1940 e 1950. O termo “Filmes B” refere-se às produções do cinema hollywoodiano, exibidos em sessões duplas, em que esses possuíam um orçamento inferior aos dos filmes considerados “A”, a principal atração da sessão (MATTOS, 2003). Essa estratégia foi adotada pelas companhias cinematográficas nas décadas de 1930 a 1950, como forma de aumentar a frequência do público aos cinemas, evitando assim, a falência dos estúdios, principalmente os que não pertenciam aos maiores do mercado cinematográfico. Essa produção também marca o momento econômico que os Estados Unidos passaram, em função da quebra da Bolsa de valores de Nova York, em 1929. Essas produções geralmente eram voltadas aos gêneros cinematográficos de faroeste, terror, drama policial e ficção cientifica. Assim, os cartazes destinados a esse segmento, produzidos por artistas que trabalhavam com as linguagens artísticas da pintura e desenho, precisavam buscar um caráter mais apelativo em suas obras, com o objetivo de atrair um maior público para as salas de cinema. Isso dava aos artistas uma maior liberdade criativa ao produzir esses cartazes. A liberdade criativa na produção dos cartazes é um referencial para a pesquisa, já que esses eram feitos a partir de cenas dos filmes, porém não eram representações fiéis dessas cenas. Isso traz para a produção dos mesmos, um caráter maior de produção artística, em detrimento à produção publicitária. Assim, foram analisadas as produções desses cartazes, na perspectiva da Sintaxe da Linguagem Visual (DONDIS 2003), considerando a intencionalidade na sua composição.

ISSN 1676-0093

Material e Métodos

A pesquisa de caráter qualitativo teve como procedimentos principais a coleta de dados bibliográficos e imagéticos sobre os filmes B e em especial, sobre a produção dos cartazes de promoção desse tipo de filme. Foram estudados 10 cartazes de filmes B, produzidos pelos artistas Reynold Brown (1917-1991) e Al Kallis (1925), para o cinema hollywoodiano, no período compreendido entre as décadas de 1940 e 1960. Como estratégia de estudo foi organizada a exibição de um desses filmes, com a chamada a partir da reprodução do cartaz original, para um público que ao fim da sessão, com o uso de um instrumento de coleta de dados apropriado, avaliou a relação da imagem do cartaz com o próprio filme. A pesquisa também fez análises da construção imagética desses cartazes, e comparações com os cartazes de cinema atuais, tendo como finalidade compreender o contexto histórico-social de seus públicos. Para a análise visual dos cartazes dos filmes selecionados, adotou-se a proposta colocada por Erwin Panofsky, em seu livro "Significado nas Artes Visuais", denominado metodologia panofyskiana, "iconológica" ou histórico social. Além de Panofsky (2007, 1976), foram utilizados os apontamentos de autores como Dondis (2003), Costella (1997), entre outros.

Resultados e Discussão

O estudo sobre os cartazes de filmes B, não revela apenas uma faceta da produção cinematográfica hollywoodiana, mas também um momento da comunicação de massa que ressignifica o próprio conceito de cinema. Pudemos observar, durante os estudos, que a produção gráfica dos cartazes dos filmes chamados B, enquanto produção artística, teve um papel relevante para o consumo desses filmes e que sua qualidade técnica, geralmente, estava acima dos próprios filmes, considerando-se que são linguagens diferentes. Os cartazes dos filmes, antecediam visualmente, a narrativa que o expectador/espectador iria encontrar na sala escura do cinema. Não raras vezes, principalmente nos filmes B, o cartaz era muito melhor que o filme. A pesquisa nos permitiu entender como uma produção gráfica se configura a partir de uma produção da imagem em movimento. Nos fez entender também, a partir da Sintaxe da Linguagem Visual, como ocorre a transposição de uma linguagem para outra, no caso, do Cinema para a produção Gráfica.

Conclusão/ões

Diante do encerramento da pesquisa, podemos apontar como considerações relevantes e conclusivas: os filmes B, surgidos das baixas produções cinematográficas, no sentido do investimento orçamentário, ocuparam um papel importante na produção cinematográfica, em especial na hollywoodiana. O gosto do público por essas produções esteve diretamente ligado às estratégias de marketing e divulgação dos mesmos, em especial representada pelos cartazes. Estudos atuais apontam que a produção de filmes B, anteviam a criação da chamada cultura popular, o Cult. Os cartazes tiveram papel relevante nessa formação, pois cada produção era tratada como a criação de uma obra prima de um artista autoral. A qualidade gráfica dos cartazes estudados, confirma que o processo de criação dos mesmos se dava a partir de um estudo intenso sobre características dos elementos que compõem a linguagem visual, não somente da linguagem cinematográfica. O fato das impressões em papel, num formato específico de cartazes, também caracterizou essa fase do cinema e esse estilo de filme, o qual foi substituído pela

divulgação digital. Destaca-se ainda que os filmes B, continuam sendo produzidos, porém numa perspectiva diferente daquela que marcou os anos 40 e 50.

Agradecimentos

Agradeço a Fundação Araucária, CNPq e UEPG, pelo financiamento e fomento da pesquisa científica, ao Professor Nelson Silva Junior, pela orientação e compartilhamento de conhecimentos, a todos os professores, que incentivam e apoiam a pesquisa dentro e fora da universidade, e a todos os familiares e colegas, dos quais o apoio e incentivo sempre foi crucial para o satisfatório decorrer da vida acadêmica.

Referências

BERGER, John. **Modos de ver**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL, 2010.

COSTELA, Antonio. **Para apreciar a arte**: roteiro didático. São Paulo: SENAC/Montiqueira, 1997.

DONATON, Scott. **Publicidade + entretenimento**: por que essas duas indústrias precisam se unir para garantir a sobrevivência mútua. Tradução de Álvaro Opermann. São Paulo: Cultrix, 2007.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. 2ª ed. Tradução de Jefferson Luiz Camargo. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

MATTOS, A. C. Gomes. **A outra face de Hollywood**: Filme B. Rio de Janeiro: Rocco Ltda., 2003.

MOLES, Abraham. **O cartaz**. Tradução de Miriam Garcia Mendes. São Paulo: Editora Perspectiva, 1974.

PANOFSKY, Erwin, **Significado nas artes visuais**, Trad. Maria Clara F. Kneese e J. Guinsburg, São Paulo, Perspectiva, 1976.

_____. **Significado nas Artes Visuais.** Trad. Maria Clara F. Kneese e J. Guinsburg. São Paulo: Perspectiva, 2007.

WRONG SIDE OF THE ART: Horror, sci-fi, exploitation, cult, trash, B-movie posters. EUA. Disponível em:<http://www.wrongsideoftheart.com/category/horror/gore/> Acesso em maio de 2018.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4º edição. São Paulo: Editora Atlas, 2002.

GUNNING, Tom. **Early Film**: its Spectator and the Avant-Gard. In STRAUVEN, Wanda (org.). THE CINEMA OF ATTRACTIONS: Reloaded. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2006.

DELEUZE, Gilles. **Cinema**: a imagem-movimento. Tradução Brasileira. 1º edição. São Paulo: Editora Brasiliense S.A., 1983.

COSTA, Flávia Cesarino. **Primeiro Cinema**. In MASCARELLO, Fernando (org.). HISTÓRIA DO CINEMA MUNDIAL. Campinas: Editora Papirus, 2006.

CARRIÉRE, Jean-Claude. **A Linguagem Secreta do Cinema**. Tradução brasileira. 1º edição. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 2006.

SANTOS, Débora Ribeiro. **Significado de Imersão**. Disponível em: http://www.dicio.com.br/imersao/ Acesso em: 15 dezembro 2018.

BORDDWELL, David e THOMPSON, Kristin. **A Arte do Cinema**: uma introdução. Tradução brasileira. Campinas: Editora Unicamp, 2013.

DELEUZE, Gilles. **A Imagem-Tempo**. Tradução brasileira. 2º edição. São Paulo: Editora Brasiliense, 2009.

ELIAS, Paulo Roberto. **A importância do Som no Cinema**. Disponível em: http://webinsider.com.br/2010/05/30/a-importancia-do-som-no-cinema/ Acesso em: 23 de dezembro de 2018.

ISSN 1676-0093