

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO

CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE

MIGUEL VICENTE DA COSTA BARBOSA NETO

007 NO CARTAZ TRIDIMENSIONAL:

PROJETO DE CARTAZ TRIDIMENSIONAL ATRAVÉS DE ANÁLISES COMPARATIVAS
DAS TÉCNICAS DE COMUNICAÇÃO VISUAL

Caruaru

2015

MIGUEL VICENTE DA COSTA BARBOSA NETO

007 NO CARTAZ TRIDIMENSIONAL:

PROJETO DE CARTAZ TRIDIMENSIONAL ATRAVÉZ DE ANÁLISES COMPARATIVAS
DAS TÉCNICAS DE COMUNICAÇÃO VISUAL

Trabalho de conclusão do curso de design
para obtenção do título de bacharel em design
pela Universidade Federal de Pernambuco –
Centro Acadêmico do Agreste.

Professora orientadora: Sophia de Oliveira
Costa e Silva

Caruaru

2015



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN

PARECER DE COMISSÃO EXAMINADORA
DE DEFESA DE PROJETO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN DE

MIGUEL VICENTE DA COSTA BARBOSA NETO

“007 No Cartaz Tridimensional: Projeto De Cartaz Tridimensional Através De Análises
Comparativas Das Técnicas De Comunicação Visual”

A comissão examinadora, composta pelos membros abaixo, sob a presidência do
primeiro, considera o aluno **MIGUEL VICENTE DA COSTA BARBOSA NETO**

Caruaru, 14 de Dezembro de 2015.

Profª Sophia Costa (orientadora)

Profº Amilcar Bezerra

Profª Daniela Bracchi

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que me ajudaram a concluir este trabalho.

Primeiramente à Deus, que me deu ânimo e força para ser capaz de concluir esta etapa.

À minha família, que mesmo distante e com seus problemas, foi capaz de acreditar em mim e assim investir, para o meu futuro profissional: À minha mãe, meu pai, meus tios(as) e primos(as).

Aos meus mestres e professores, pela aprendizagem.

À minha orientadora Sophia, que me auxiliou durante o processo de desenvolvimento deste projeto.

Aos meus amigos, que me trouxeram alegrias e entusiasmo para a conclusão do trabalho.

“O cartaz é o primeiro contato do público com o filme, cabe a ele despertar a atenção e o interesse do espectador, eles sintetizam os ideais e a estética do diretor.”

(Claudinei Benitez Luque)

Resumo

Esta pesquisa tem como objetivo produzir um cartaz cinematográfico tridimensional do filme “007 – Skyfall”, a partir de análises comparativas das técnicas de comunicação visual de um cartaz de cada década. Realizar análises do conhecimento de um designer gráfico, provenientes de estudos feitos sobre cartazes de filmes, baseando-se nos modelos de representações gráficas compreendidas nos cartazes da série de filmes de 007, com o intuito de identificar as simbologias decorrentes dos mesmos, afim de elaborar um projeto contemporâneo para cartazes. Sendo assim, foram analisados cartazes de forma comparativa, classificando-os para uma produção tridimensional de um cartaz cinematográfico do filme “007 – Skyfall”, para sua divulgação. As análises dos cartazes foram desenvolvidas a partir do conhecimento obtido durante estudos e pesquisas sobre o tema. Através desse modo, este trabalho deverá auxiliar o designer gráfico que tenha interesse em produzir cartazes a definir seu projeto a partir de uma análise comparativa de outros cartazes de filmes, reconhecendo a importância dos símbolos e técnicas de comunicação visual para quaisquer filmes que pretendam incluir o design.

Palavras-chave: design gráfico, cartaz, tridimensional, 3d, comunicação visual, 007.

Abstract

This research aims to produce a three-dimensional movie poster from the movie “007 – Skyfall” from comparative analyzes of visual communication techniques of a poster of each decade. Conduct analysis of knowledge of a graphic designer, from studies done on movie posters, based on models understood graphical representations on the posters of the series of 007 filmes, in order to identify the symbols arising thereof, in order to prepare a contemporary design for posters. So comparatively posters were analyzed, classifying them into three-dimensional production of a movie poster from the movie “007 - Skyfall” to disclosure. Analyses of the posters have been developed from knowledge gained during studies and research on the subject. Through this way, this study should help the graphic designer who has an interest in producing posters, to define your project from a comparative analysis of other movie posters, recognizing the importance of symbols and techniques of visual communication for any films that wish to include the design.

Keywords: graphic design, poster, tridimensional, 3d, visual comunication, 007.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	14
Capítulo 1: Design e comunicação visual.....	15
1. A função do designer.....	16
2. Definindo a comunicação visual.....	17
2.1. As características da comunicação visual.....	17
2.2. Os elementos da comunicação visual.....	17
2.2.1. O ponto.....	18
2.2.2. A linha.....	19
2.2.3. A forma.....	19
2.2.4. A direção.....	20
2.2.5. O tom.....	21
2.2.6. A cor.....	21
2.2.7. A textura.....	22
2.2.8. A escala.....	23
2.2.9. A dimensão.....	23
2.2.10. O movimento.....	24
2.3. As técnicas de comunicação visual.....	24
2.3.1. Equilíbrio x Instabilidade.....	25

2.3.2. Simetria x Assimetria.....	26
2.3.3. Regularidade x Irregularidade.....	26
2.3.4. Simplicidade x Complexidade.....	27
2.3.5. Unidade x Fragmentação.....	28
2.3.6. Economia x Profusão.....	29
2.3.7. Minimização x Exagero.....	29
2.3.8. Previsibilidade x Espontaneidade.....	30
2.3.9. Atividade x Estase.....	31
2.3.10. Sutileza x Ousadia.....	32
2.3.11. Neutralidade x Ênfase.....	33
2.3.12. Transparência x Opacidade.....	34
2.3.13. Estabilidade x Variação.....	35
2.3.14. Exatidão x Distorção.....	35
2.3.15. Planura x Profundidade.....	36
2.3.16. Singularidade x Justaposição.....	37
2.3.17. Sequencialidade x Acaso.....	37
2.3.18. Agudeza x Difusão.....	38
2.3.19. Repetição x Episodicidade.....	39
Capítulo 2: Cartazes.....	41
3. A história do cartaz.....	42

4. As vanguardas.....	45
5. O cartaz contemporâneo.....	46
6. O cartaz cinematográfico.....	47
6.1. Os elementos do cartaz cinematográfico.....	49
6.1.1. O título.....	50
6.1.2. A ilustração.....	50
6.1.3. A chamada.....	51
6.1.4. Os créditos.....	51
7. O profissional designer gráfico na elaboração de cartazes.....	52
7.1. Conteúdo.....	52
7.2. Critérios.....	53
8. Os cartazes tridimensionais.....	54
8.1. Anáglifo.....	54
8.2. Recortes e dobraduras.....	55
8.3. Papercraft.....	56
8.4. Lentes lenticulares.....	56
8.4.1. 3D.....	56
8.4.2. Flip.....	57
8.4.3. Morph.....	57
8.4.4. Movies.....	58

8.4.5. Combinações.....	58
Capítulo 3: Franquia.....	60
Capítulo 4: Metodologia criativa.....	65
9. Tabela de análises.....	83
9.1. Enquadramento.....	84
9.2. Elementos gráficos.....	85
9.3. Cores.....	85
9.4. Símbolos.....	86
10. Planejamentos do cartaz.....	86
10.1. Materiais.....	87
10.2. Transporte.....	87
10.3. Custo.....	87
10.4. Efeitos.....	87
10.5. O projeto.....	88
Considerações Finais.....	89
Referências.....	92

Introdução

Desde o seu surgimento em meados do século XIX, os cartazes competem entre si, atraindo as pessoas para os produtos divulgados. Como o cinema, o cartaz promove este fato, divulgando o filme em algum cenário particular que emociona o observador de forma que o leva a querer conhecer a produção. Desta forma, o cartaz cinematográfico contemporâneo apresenta uma grande evolução em todo seu contexto e formato, desde sua primeira apresentação ocorrida em Paris na França, durante o ano de 1895, no *Grand-Café*, pelos irmãos *Auguste e Louis Lumière*.

A história que aprendemos sobre o cartaz é impressionante, quando a estudamos, podemos conhecer o processo de criação evolutivo pelo qual ele percorreu ao longo dos anos até a contemporaneidade. Os meios que os designers utilizavam, pode-se citar os desenhos à mão livre com diversas ferramentas como o lápis, carvão, nanquim, guache, aquarela, etc, até chegar a gráfica para a produção em série a ser distribuída em postes, bares e salas de cinema.

Podemos observar então, que são diversas as áreas que relacionam o cartaz de cinema com o Design, assim como meios históricos e culturais, é preciso conhecer as novas tecnologias empregadas nos tipos de materiais que estão sendo utilizados. Temos como exemplo a franquia 007, que tem criado diversos produtos associados aos filmes e livros, como os ícones representados em modelos de produtos.

Dessa forma, têm-se como objetivo neste trabalho produzir um cartaz cinematográfico diferenciado, pois a partir de uma pesquisa, foi descoberto que existe pouco material sobre esse assunto. Os cartazes contemporâneos estão se tornando cada vez mais criativos, porém sem que o público possa se envolver com o produto além do olhar crítico. Como os profissionais em design gráfico teriam pouca informação sobre como produzir um novo conceito de cartaz de cinema, sendo ele tridimensional, sem um método específico, propõe-se através deste trabalho, no qual mostra uma análise comparativa das diversas técnicas de meios de comunicação visual aplicadas aos cartazes de filmes da franquia 007 para o desenvolvimento de um novo conceito em cartazes fazendo uso da tridimensionalidade como objeto principal para um cartaz que possa mexer com o imaginário do povo contemporâneo trazendo uma nova perspectiva de como o cartaz pode ser útil para uma nova geração.

Assim, através de análises comparativas de cartazes de 007, será elaborado um projeto de cartaz cinematográfico tridimensional do filme *007 - Skyfall*. Ele deverá empregar um novo modelo de cartaz de cinema contemporâneo, para quem sabe em algum futuro novas possibilidades que por ventura possam surgir, sejam também aplicadas aos mesmos cartazes, tornando-os mais úteis e de maior interação para com o público.

O primeiro capítulo se concentra em conhecer o design gráfico e sua relação com a comunicação visual, observando qual a função do designer gráfico.

O segundo capítulo enfoca nos cartazes, desde suas funções, história, elementos, fundamentos, técnicas até a elaboração de cartazes tridimensionais contemporâneos.

O terceiro capítulo fala sobre a franquia 007, conhecendo desde seus autores, artistas, diretores, filmes, músicas e objetos que surgiram com o tempo.

O quarto capítulo quatro descreve as análises comparativas de alguns cartazes da franquia 007 para pesquisa, juntamente com os desdobramentos das análises e elaboração do projeto final e considerações finais que descrevem o desenvolvimento do trabalho, propondo uma visão ampla sobre a análise dos estudos abordados.

Sendo assim, objetivo geral é produzir um cartaz cinematográfico tridimensional do filme “007 – Skyfall”, a partir de análises comparativas das técnicas de comunicação visual de um cartaz de cada década. Os objetivos específicos são: Pesquisar o significado de imagem, pesquisar a história do cartaz, pesquisar e descrever as técnicas de comunicação visual, pesquisar os cartazes dos filmes da série 007, pesquisar cartazes tridimensionais, pesquisar o trabalho do designer gráfico nesta área, desenvolver uma análise comparativa desses cartazes, elaborar um cartaz tridimensional para o filme “007 – Skyfall”, utilizando técnicas de comunicação visual utilizadas nos cartazes de filmes da franquia.



FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA



CAPÍTULO *F*

DESIGN E COMUNICAÇÃO VISUAL

Para Cardoso (2004), chamamos de design gráfico o conjunto de atividades voltadas para a criação e a produção de objetos de comunicação visual, geralmente impressos, tais como livros, revistas, jornais, cartazes, folhetos e tantos outros.

Cardoso (2004) afirma que design também conhecido como desenho industrial, significa elaboração de projetos, podendo ser gerados em indústrias ou por meios artesanais. O termo proveniente de língua inglesa tem etimologia gerada do latim *designare* e é traduzida como desenhar e designar. O termo “gráfico” proveniente do século XIX deriva do grego *graphein*, que significa escrever, está relacionada a outras palavras, com sufixo: -grafar. Que se relaciona às instalações que se dedicam à produção de materiais impressos, popularmente chamadas de gráficas. A palavra está associada aos processos de impressão de textos e imagens.

Dessa maneira, podemos compreender que o design gráfico é mais que desenhos bonitos inseridos em objetos, ou seja, para fazer design é necessário muito estudo sobre todas as áreas ligadas ao projeto que será elaborado.

1. A função do designer

A função do profissional designer é de unir ambas ações da profissão, representando conceitos através de um meio de expressão visual e de unir os processos capazes de dar forma as estruturas relacionadas.

Hoje em dia a denominação design gráfico está além dos objetos impressos, ou seja, embora não se trate de processos gráficos, o termo descreve atividades ligadas ao design como a sinalização de ambientes, o desenvolvimento de identidade visual e até mesmo confecção de páginas na internet. Sendo assim, a profissão abrange uma enorme área de atuação, podendo até mesmo não ser o melhor nome para descrever precisamente todas as atividades que ficam a cargo do designer gráfico.

O objetivo do profissional de design gráfico é desenvolver a informação visual, através de técnicas de criação, que são ferramentas para seu trabalho.

2. Definindo a comunicação visual

Todo material projetado, desde seus esboços até a conclusão é composta por vários elementos básicos da comunicação visual, os quais fazem parte de tudo o que vemos. Diante das imagens, qualquer definição visual é uma forma com significado determinado pela ferramenta com o que se constrói, como a cor, o tom, a textura, a dimensão, a proporção e todas as suas relações.

2.1. As características da comunicação visual

Para compreender melhor as ferramentas de comunicação visual, é necessário examinar os componentes individualmente. Para Dondis (1997), os elementos básicos da comunicação visual são a fonte de composição de todo material gráfico e mensagens visuais: *o ponto, a linha, a forma, a direção, o tom, a cor, a textura, a escala, a dimensão e o movimento*, são elementos básicos para a comunicação visual, é a partir deles que se expressam quaisquer variedades de manifestações visuais.

A partir destes elementos, é possível buscar formas de expressar a ideia necessária para o desenvolvimento do projeto. Assim, as técnicas de comunicação visual, tendem a transmitir uma mensagem, pois, elas são os agentes deste processo de comunicação. O resultado é a ideia de que na verdade, a expressão visual é o produto de um conhecimento complexo de cada indivíduo. Por maior que seja o número de opções para solucionar um problema visual, os elementos de conexão entre a intenção e o resultado tende a diminuir durante o processo de análise comparativa devido seu gênero.

2.2. Os elementos da comunicação visual

Para criarmos mensagens visuais precisamos dar significado aos elementos presentes na composição, além de inserir inúmeras cores e formas, texturas, tons e proporções, relacionando todos os elementos em busca de um sentido.

O elemento mais importante e necessário da experiência visual é de natureza tonal. Todos os outros elementos visuais nos são revelados através da luz, mas são secundários em relação ao elemento tonal que é, de fato, a luz ou a ausência dela. (DONDIS, 1997, p. 30).

Através da união dos elementos visuais secundários: *linha, cor, forma, direção, textura, escala, dimensão, movimento*. Pode-se compor diversas variações visuais, o resultado final é a verdadeira manifestação do artista/designer. Como resultado da composição, temos o que seu criador quis passar ao público. O significado, no entanto, depende de cada espectador, que interpreta através de seus critérios. Os elementos visuais não estão embutidos na composição ao acaso, mas por que cada um deles, tem um significado que deve entrar em conjunto com o todo.

2.2.1. O ponto

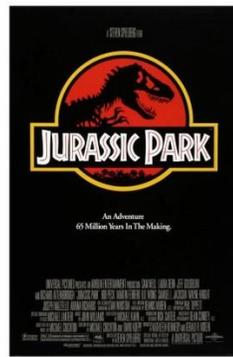


Figura 01 – Cartaz do filme *Jurassic Park* de Steven Spielberg (1993).

É o elemento mais simples e de maior atração da comunicação visual. São utilizados dois pontos para medir o espaço entre qualquer meio visual. Quando estão próximos, nossa visão os liga criando uma ilusão de imagem, podendo também representar uma ilusão de tom, ou cor.

2.2.2. A linha



Figura 02 – Cartaz do filme *O espetacular Homem Aranha* de Marc Webber (2014).

É formada por diversos pontos muito próximos entre si, sendo impossível de identifica-los separadamente. Ela é responsável por aumentar a sensação de direção e movimento, por ser o elemento visual que nunca está estático. Sua representação significa a liberdade, podendo ser expressa de muitas formas como delicada, ondulada, nítida, grosseira, etc.

2.2.3. A forma

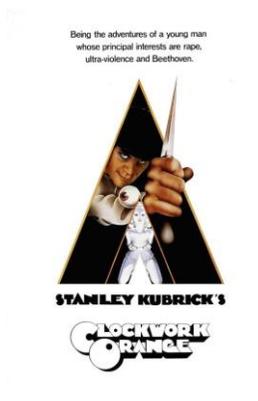


Figura 03 – Cartaz do filme *Laranja Mecânica* de Stanley Kubrick (1971).

Uma forma é criada através de linhas as quais precisam ter características básicas. Existe três formas básicas: o quadrado, o círculo e o triângulo equilátero, cada um com características específicas porém todas elas precisam ser planas e simples.

2.2.4. A direção



Figura 04 – Cartaz do filme *Prenda-me se for capaz de* Steven Spielberg. (2002).

Todas as formas representam três direções significativas: o quadrado, a horizontal e a vertical, o triângulo a diagonal e o círculo, a curva, todas elas são de grande importância para a composição de efeito com significado.

2.2.5. O tom



Figura 05 – Cartaz do filme *X-men: Dias de um futuro esquecido* de Bryan Singer (2014).

A intensidade da escuridão ou da claridade de qualquer coisa vista é denominada tonalidade, isto é, a presença ou ausência de luminosidade. A luz emitida pelo Sol, ou por alguma fonte artificial é refletida por superfícies brilhantes claras ou escuras.

2.2.6. A cor

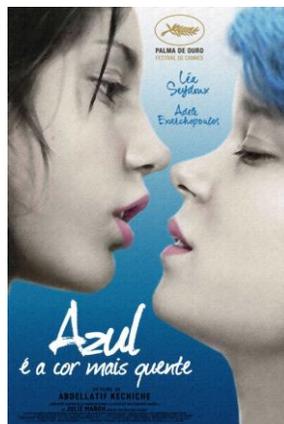


Figura 06 – Cartaz do filme *Azul é a cor mais quente* de Abdellatif Kechiche. (2013).

As cores são associadas às emoções, de forma que é possível sentir-se bem ou não em um ambiente de cor definida. A cor não é necessária para uma composição visual, mas ela é de grande referência para o significado que a mensagem quer estipular. A cor pode ser medida através de três dimensões, *Matiz*, a cor pura, que pode ser representada por três cores primárias, *amarela, vermelho e azul*. A *Saturação*, representada pela qualidade de pureza da cor, de sua cor *matiz* ao cinza. E o *Brilho*, do claro ao escuro, responsável por graduar a cor.

2.2.7. A textura



Figura 07 – Cartaz do filme *Homem de Aço* de Zack Snyder (2013).

A textura é um elemento que pode ser tanto visual quanto tátil, suas qualidades produzem um significado associativo baseado em tudo o que vemos.

2.2.8. A escala

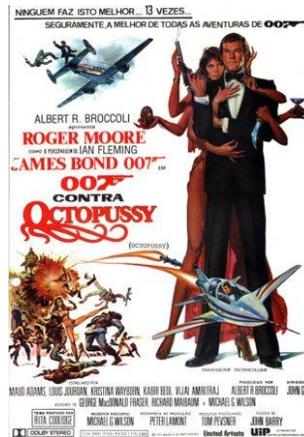


Figura 08 – Cartaz do filme *007 – Contra Octopussy* de John Glen (1983).

Pode ser definida através da diferença de tamanho entre dois ou mais elementos e das relações com o campo e ambiente. A escala é utilizada para representar medidas proporcionais, sendo a medida, parte integrante da escala, sendo de importância crucial.

2.2.9. A dimensão



Figura 09 – Cartaz do filme *X-men: Primeira Classe* de Matthew Vaughn (2011).

A dimensão pode ser sentida e visualizada através da técnica da perspectiva. Seus efeitos e intensidade são produzidos através da manipulação do claro e escuro. A perspectiva tem regras complexas as quais necessitam de linhas para criar ilusões que se pareçam realistas.

2.2.10. O movimento



Figura 10 – Cartaz do filme *No olho do tornado* de Steven Quale (2014).

O movimento só é possível ser visto através de componentes que acelerem o tempo de visualização de imagens estáticas, sendo este meio o que se usam em películas cinematográficas para que de tal maneira o movimento se pareça real.

Para que seja possível dar movimento em impressos 2D, a impressão lenticular se utiliza de um plástico lenticular para produzir imagens com a ilusão de movimento, profundidade e 3D.

2.3. As técnicas de comunicação visual

As técnicas que compõem um projeto são fundamentais para definir o caráter que expressa a mensagem. Sua grande variedade de meios para expressar um conteúdo visual é definida por meio de cada elemento, o conteúdo pode ser o mesmo, tendo em vista que deve corresponder a sua configuração ao fazê-lo.

Seria impossível enumerar todas as técnicas disponíveis, ou, se o fizéssemos, dar-lhes definições consistentes. (DONDIS, 1997, p. 140).

Tendo visto o que disse Dondis na citação acima, as técnicas referenciadas a seguir são uma grande maioria das que temos conhecimento e consideradas básicas para fundamentos de um projeto de design. Leva-se em consideração que a interpretação pessoal de cada mensagem visual é um fator importante dentro do meio de comunicação visual.

2.3.1. Equilíbrio x Instabilidade

Considera-se o equilíbrio ou estabilidade como o elemento de maior importância dentre as técnicas de comunicação visual. Sua função principal é a pura necessidade de existir na composição, de forma que deve apresentar firmeza e constância.

A instabilidade é onde há ausência de equilíbrio sendo de visual inquieto e provocador.



Figura 11 – Cartaz do filme *Equilibrium* de Kurt Wimmer (2002).

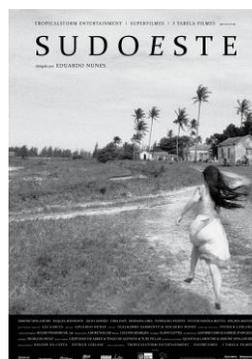


Figura 12 – Cartaz do filme *Sudoeste* de Eduardo Nunes (2011).

No cartaz do filme Equilibrium os personagens principais que estão à frente da imagem dão equilíbrio na composição, cada um em um lado do cartaz, tendo mesmo tamanho e formas que apresentam uma base, além de trazer outros elementos que ajudam a equilibrar a técnica utilizada, como a porta se abrindo por trás desses personagens têm mesma abertura em ambos os lados.

Já no cartaz do filme Sudoeste, a composição aparenta ser deficiente em equilíbrio, com a personagem e as casas ao lado direito, o lado esquerdo do cartaz torna-se aparentemente mais leve por ter menos elementos que possam equilibra-lo visualmente.

2.3.2. Simetria x Assimetria

Simetria é a igualdade em ambos os lados referente a uma composição, de forma que trata-se de uma característica representada pela lógica e simplicidade, em que torna a composição estática.

O seu oposto, a assimetria, representa a desproporção onde existe uma tentativa de equilíbrio precária, resultante de uma variação de elementos e localizações dentro da composição.



Figura 13 – Cartaz do filme *A prova de morte* de Quentin Tarantino (2007).



Figura 14 – Cartaz do filme *Comer, rezar, amar* de Ryan Murphy (2010).

No cartaz *A prova de morte*, a simetria vertical iguala os lados da composição.

A variação de elementos na composição do cartaz, *Comer, rezar, amar*, representa a assimetria tanto vertical quanto horizontal.

2.3.3. Regularidade x Irregularidade

Baseada na organização através de algum princípio constante a regularidade respeita a uniformidade dos elementos.

A irregularidade enfatiza o inesperado ou desordenado, sem respeitar algum plano organizado.

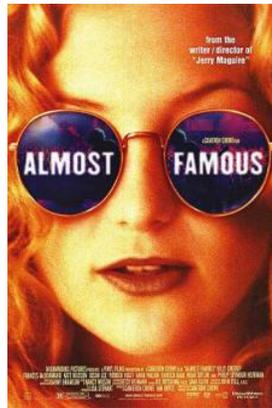


Figura 15 – Cartaz do filme *Quase famosos* de Cameron Crowe (2000).



Figura 16 – Cartaz do filme *Rock Ages* de Adam Shankman (2012).

Como na regularidade o que destaca no cartaz do filme, *Quase famosos* é a organização em que a atriz apresenta ao posar para a foto, uma harmonia se destaca com o bom planejamento dos óculos uniformizando toda a imagem.

Já no cartaz do filme *Rock Ages*, cada ator decidiu posar de uma forma inesperada sem respeitar um plano no cartaz de forma que torna irregular a composição.

2.3.4. Simplicidade x Complexidade

A técnica da simplicidade é imediata e sem complicações, diferente de seu inverso a complexidade, que é elaborada por várias formas de elementos visuais, o que dificulta o processo de organização de seu significado.

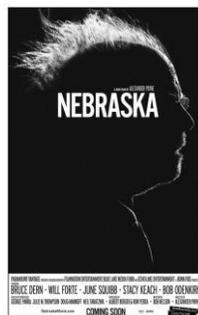


Figura 17 – Cartaz do filme *Nebraska* de Alexander Payne (2013).

Figura 18 – Cartaz do filme *Os miseráveis* de Tom Hooper (2012).

A simplicidade é melhor representada com formas simples, o uso de poucos elementos e cores como o cartaz do filme *Nebraska*.

Diferentemente do cartaz do filme *Os miseráveis*, onde existe muitos elementos com diversas cores onde se torna difícil separa-los individualmente tornando uma composição complexa.

2.3.5. Unidade x Fragmentação

A unidade é uma técnica baseada no equilíbrio de diversos elementos visuais unidos de forma que possa ser considerado como único.

A fragmentação é a desunião de elementos que formariam uma unidade, sendo separados e relacionados entre si de modo que sua individualidade seja preservada.

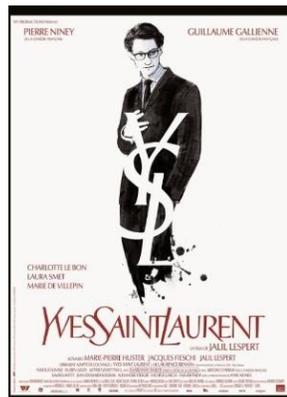


Figura 19 – Cartaz do filme *Yves Saint Laurent* de Jalil Lespert (2014).



Figura 20 – Cartaz do filme *Romance* de Guel Arraes (2008).

No cartaz do filme *Yves Saint Laurent*, sua marca YSL, sobreposta no desenho de seu personagem, define que todos esses elementos têm um único significado.

O cartaz do filme *Romance*, dividido por linhas verticais separando imagens na mesma composição, fragmentam a desunião dos elementos participantes que formariam uma unidade, porém preservam ainda sua integração.

2.3.6. Economia x Profusão

Pequena quantidade de informação tanto em quantidade quanto em tamanho são necessárias para o significado conservador e puro representado pela economia.

A profusão tem o sentido de aumentar a quantidade de detalhes de informações em uma composição através do enriquecimento visual atenua a beleza e ideias de um conceito.



Figura 21 – Cartaz do filme *Malévola* de Robert Stromberg (2014).

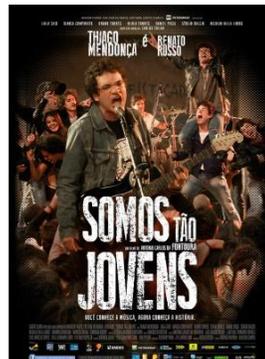


Figura 22 – Cartaz do filme *Somos tão jovens* de Antonio Carlos de Fontoura (2013).

No cartaz do filme *Malévola* a quantidade de informações é suficiente para um bom entendimento do que retrata a composição.

No cartaz do filme *Somos tão jovens*, a profusão demonstra a grande quantidade de informações onde existe uma tentativa de atenuar o conceito expressado para o cartaz.

2.3.7. Minimização x Exagero

A minimização procura obter a máxima compreensão a partir de pequenas quantidades de elementos.

O exagero é identificado por sua extravagância na composição, intensificando e ampliando a expressividade presente na mensagem visual.



Figura 23 – Cartaz do filme *Homem formiga* de Peyton Reed (2015).



Figura 24 – Cartaz do filme *As viagens de Gulliver* de Rob Letterman (2010).

No cartaz de divulgação do filme homem formiga a minimização é bastante exagerada quando os produtores resolvem ser bem criativos e mostrar o personagem em seu menor tamanho caracterizando-o como uma formiga. Diferentemente do cartaz de filme As viagens de Gulliver, onde o ator Jack Black, faz o personagem de um gigante.

2.3.8. Previsibilidade x Espontaneidade

A previsibilidade baseia-se através de observações ou experiência já passada de uma sugestão de um plano convencional ou já definido.

Ao contrário da previsibilidade, a espontaneidade tem como característica a falta de planejamento, para construção da comunicação visual, sendo definida pela surpresa.



Figura 25 – Cartaz do filme *Amizade Colorida* de Will Gluck (2011).

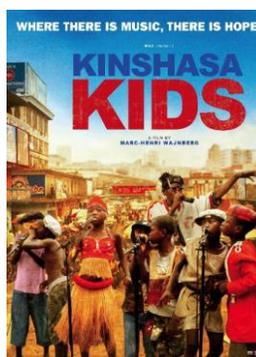


Figura 26 – Cartaz do filme *Kinshasa Kids* de Marc-Henri Wajnberg (2013).

No cartaz do filme *Amizade colorida*, a previsibilidade está definida com os sinais que os personagens estão fazendo, dando sentido de uma sugestão já definida.

A espontaneidade do cartaz do filme *Kinshasa kids*, está ligada à fotografia espontânea ou feita de surpresa para o cartaz do filme, onde nenhum personagem está se preparando para uma pose na foto.

2.3.9. Atividade x Estase

Para ser possível representar o movimento em uma composição bidimensional é utilizada a técnica da atividade, onde ela deve refletir o movimento através de representação ou sugestão.

A imagem estática representada através do equilíbrio apresenta repouso e tranquilidade em sua técnica base, o estase.

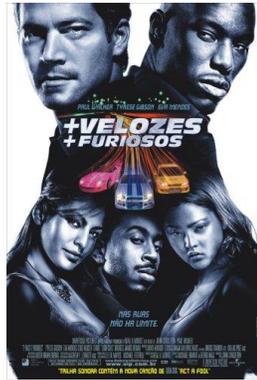


Figura 27 – Cartaz do filme *Mais velozes, mais furiosos* de John Singleton (2013).



Figura 28 – Cartaz do filme *Velozes e furiosos 6* de John Singleton (2013).

A técnica da atividade encontrada no cartaz de filme *Mais velozes, mais furiosos* fica claramente destacada quando as linhas atrás dos carros, demonstram movimento e velocidade.

O cartaz do filme *Velozes e furiosos 6*, demonstra o estase na composição, onde os personagens e os automóveis estão estáticos, sem demonstrar nenhum movimento.

2.3.10. Sutileza x Ousadia

A sutileza deve fugir de todo obvio, abordando a delicadeza e requinte. Ao contrário da Ousadia, que é uma técnica visual obvia, que deve ser utilizada para obter uma maior visibilidade e entendimento possível.



Figura 29 – Cartaz do filme *Elena* de Petra Costa (2012).



Figura 30 – Cartaz do filme *Cinquenta tons de cinza* de Sam Taylor Johnson (2015).

No cartaz do filme Elena, a delicadeza da personagem dentro d'água, a leveza do cabelo e do movimento corporal demonstra o afogamento que é tema da produção.

No cartaz do filme Cinquenta tons de cinza, a ousadia é destacada pelo comportamento dos personagens que mostram a tentativa de seduzir e beijar.

2.3.11. Neutralidade x Ênfase

Existem ocasiões em que a neutralidade é fundamental para o design, por apresentar uma configuração menos provocante em uma mensagem visual.

A ênfase perturba muito pouco a configuração da neutralidade, geralmente altera-se apenas um detalhe ou realce em um contra fundo uniforme.



Figura 31 – Cartaz do filme *Cisne Negro* de Darren Aronofsky (2010).



Figura 32 – Cartaz do filme *Sweeney Todd – O Barbeiro Demoníaco da rua Fleet* de Tim Burton (2007).

No cartaz do filme *Cisne Negro* a neutralidade é preservada por toda a composição ser claramente a personagem principal, onde a maquiagem que a atriz usa apenas demonstra o título do filme.

No cartaz do filme *Sweeney Todd*, O enfoque se mostra no personagem e na cadeira vermelha onde todo o restante é de cor escura, destacando assim a temática do filme.

2.3.12. Transparência x Opacidade

A transparência define detalhes em que é possível ver o que está afrente e atrás em uma composição.

Na opacidade, quanto maior, menos transparência terá, havendo um bloqueio dos elementos que estão por trás.

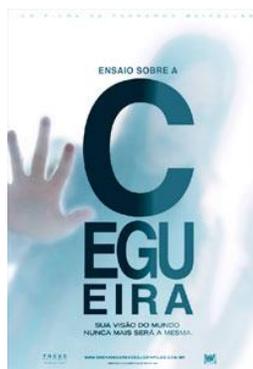


Figura 33 – Cartaz do filme *Ensaio sobre a cegueira* de Fernando Meirelles (2008).



Figura 34 – Cartaz do filme *Batman – O cavaleiro das trevas* de Christopher Nolan (2008).

O cartaz do filme *Ensaio sobre a cegueira* retrata bem a transparência, onde por trás de uma parede, é possível ver que existe uma mulher.

Diferentemente do cartaz do filme *Ensaio sobre a cegueira*, *Batman – O cavaleiro das trevas*, mostra que não é possível ver através da parede onde existe uma pichação, sendo assim a opacidade predomina nesse cartaz.

2.3.13. Estabilidade x Variação

A técnica que elabora uma estética temática coerente é denominada estabilidade.

A técnica que precisa ter mudanças ou diversidade em sua mensagem, é denominada variação.

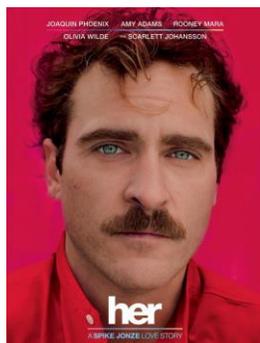


Figura 35 – Cartaz do filme *Her* de Spike Storm (2013).



Figura 36 – Cartaz do filme *2012* de Roland Emmerich (2009).

Como a estabilidade deve seguir um sentido único e coerente, o cartaz do filme Her, mostra que o filme fala sobre o personagem do cartaz.

A variação é definida pela mudança de mensagens, como no cartaz do filme 2012, onde surgirão outras tragédias após as ondas que vão em direção ao monge.

2.3.14. Exatidão x Distorção

A técnica natural do que vemos, é o realismo nas artes visuais, expressado através da exatidão.

A distorção é o realismo alterado, onde se procura efeitos distorcidos através de manipulações em uma composição.



Figura 37 – Cartaz do filme *Lula – O filho do Brasil* de Fabio Barreto (2009).



Figura 38 – Cartaz do filme *Tartarugas Ninja* de Jonathan Liebesman (2014).

O cartaz do filme *Lula*, a exatidão mostra os personagens e eventos que reais do que é retratado no filme.

No cartaz do filme *Tartarugas Ninja*, efeitos visuais na composição através de manipulação gráfica define a distorção.

2.3.15. Planura x Profundidade

A planura dá-se quando a informação precisa sugerir ausência de perspectiva.

Diferentemente da planura, a profundidade é intensa quando a informação deve-se através de efeitos de luz e sombra, sugerir uma perspectiva natural.

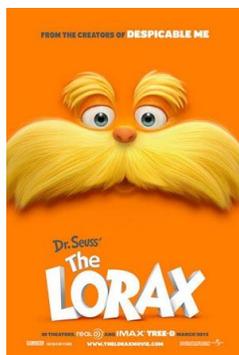


Figura39 – Cartaz do filme *O Lórax* de Jyla Balda e Chris Renaud (2012).



Figura 40 – Cartaz do filme *Tá chovendo hambúrguer* de Chris Miller e Phil Lord (2009).

Na planura não deve existir perspectiva, sendo assim, o cartaz do filme O Lórax retrata uma composição plana.

No cartaz do filme Tá chovendo hambúrguer, a perspectiva é encontrada em toda a composição, personagens, hambúrgueres, e na cidade.

2.3.16. Singularidade x Justaposição

A singularidade baseia-se em focar apenas um único tema para a composição, não utilizando qualquer outro estímulo visual, além do principal.

Na justaposição, a comparação entre elementos é feita quando se coloca duas sugestões lado a lado em uma composição.



Figura 41 – Cartaz do filme *Homens de Preto 3* de Barry Sonnenfeld (2012).



Figura 42 – Cartaz do filme *Looper* de Rian Johnson (2012).

Com o cartaz do filme Homens de Preto, a singularidade foca no tema para realizar a composição visual.

No cartaz do filme Looper, a justaposição compara elementos utilizando os personagens principais em uma única composição.

2.3.17. Sequencialidade x Acaso

Seguindo uma organização, a composição representada pelo elemento de sequencialidade deve compor uma ordem lógica.

O acaso, que por sua vez, pode seguir uma formula qualquer, ou envolver diversos padrões rítmicos para desordenar intencionalmente a mensagem visual.



Figura 43 – Cartaz do filme *Premonição 2* de David R. Ellis (2003).



Figura 44 – Cartaz do filme *Pai por acaso* de Ken Scott (2013).

O cartaz do filme *Premonição 2*, segue a sequência de filmes que vieram antes deste, dando assim predominância a Sequencialidade.

No cartaz do filme *Pai por acaso*, o acaso se está na falta de pose dos personagens na composição.

2.3.18. Agudeza x Difusão

A agudeza preocupa-se em interpretar contornos rígidos ligados à clareza da expressão.

A difusão, geralmente suave, define mais sua criação de atmosfera de sentimento e calor.



Figura 45 – Cartaz do filme *Coco antes de Chanel* de Anne Fontaine (2009).

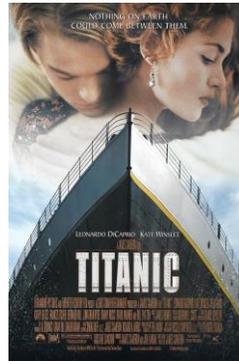


Figura 46 – Cartaz do filme *Titanic* de James Cameron (1997).

No cartaz de *Coco antes de Chanel*, todos os elementos da composição estão bem visíveis, tornando assim a agudeza no cartaz. Diferentemente do cartaz do filme *Titanic* que mostra formas incompletas e com suavização nas bordas onde podemos entender como difusão.

2.3.19. Repetição x Episodicidade

Qualquer mensagem visual dá importância ao elemento de repetição, ele deve-se à continuidade ininterrupta de meios que levam uma união à composição.

A técnica de episodicidade mostra o desconexo dos elementos, sem aparentar abandonar o significado da mensagem.



Figura 47 – Cartaz do filme *Meu malvado favorito* de Pierre Confin e Chris Renaud (2010).



Figura 48 – Cartaz do filme *Man Up* de Ben Palmer (2015).

No cartaz do filme Meu malvado favorito a repetição se deve ao fato de diversos personagens serem iguais na composição.

No cartaz do filme Man Up, a técnica de episidocidade deve-se a uma sequência de episódios de uma mesma cena



CAPÍTULO *2^F*
CARTAZES

Tendo como objetivo do designer gráfico desenvolver informações visuais, precisamos compreender quais as funções que o cartaz emprega sob o espectador, é fato que são vários os papéis desempenhados pelo cartaz dentro de uma sociedade consumista, deste modo as funções que ele impõe sobre a sociedade segundo Moles (2004) são:

A de divulgar a informação; Servir como meio de publicidade; Educar; Se destacar em determinado ambiente; Ser esteticamente agradável; Criar desejos.

3. A história do cartaz

Durante o século XIX, os tipógrafos utilizavam tinta preta para combinar os tipos e as ilustrações xilográficas na composição do cartaz. Pouco tempo depois, eles começaram a dar cor aos desenhos através da cromolitografia, onde os transferia para pedras litográficas cada um com uma cor diferente. Assim, os cartazes competiam entre si para atrair as pessoas aos produtos divulgados.



Figura 49 – Fotografia de litografia (2010).



Figura 50 – Cromolitografia “Bolhas” de John E. Millais (1886).

O aprimoramento das produções artísticas inicia com Jules Chéret, francês que viajou a Londres para estudar as técnicas mais recentes. O conhecimento que Chéret adquiriu, amadureceu no final de 1880 e foi desenvolvido por diversos outros artistas, tais como Pierre Bonnard e Henri de Toulouse-Lautrec. Com o passar dos anos, surge o estilo Art Nouveau e artistas como Alphonse Mucha, tcheco, que trabalhava em Paris criava cartazes criativos.

Os americanos consideravam Paris a capital mundial da moda e da arte. Após a publicação de um livro sobre o assunto, *Les Affiches illustrées*, em 1886, os pôsteres

adquiriram respeitabilidade cultural, tornando-se moda colecioná-los. (HOLLIS, 2000, p. 9).

Um longo período depois, durante os anos de 1960, uma ideia inspiradora foi desenvolvida por designers de cartazes como Raymond Savignac, que era a técnica de caricatura, influenciada por Leonetto Cappiello, artista milanês mais conhecido por sua grande produção de cartazes de diferentes períodos. O mais renomado artista de cartazes italiano foi Adolfo Hohenstein, juntamente com Leopoldo Metlicovitz e Marcello Dudovich, que utilizavam figuras tridimensionais e realistas contra fundo estilizado.

Quando os artistas, em vez de utilizar caracteres tipográficos, desenhavam eles mesmos as letras dos textos, e quando se responsabilizavam por cada elemento no design que deveria ser reproduzido pela máquina, estavam praticando aquilo que mais tarde ficou conhecido como design gráfico. (HOLLIS, 2000, p. 11).

O estilo de cartaz americano deu início com a contratação de Eugène Grasse e seu estilo de arte decorativa semelhante ao Art Nouveau, pela editora Harper Brothers em Nova York, para criar cartazes de natal da revista Harper's no final do século XIX. Seus trabalhos amadureceram e em 1895 seu estilo havia reinventado os maneirismos da Art Nouveau, utilizando letras inspiradas em modelos medievais e renascentistas. Nesse período, os artistas de cartazes mostravam a liberdade e criatividade na produção gráfica.

O cinema certamente pode fazer muito mais do que apenas reproduzir com fidelidade a experiência visual humana. Pode transmitir informações, e fazê-lo com grande realismo. (DONDIS, 1997, p. 218).

Como no cinema, o cartaz promove este fato, divulgando o filme em algum cenário particular que emociona o observador de forma que o leva a querer conhecer a produção. Desta forma, o cartaz cinematográfico contemporâneo apresenta uma grande evolução em todo seu contexto e formato, desde sua primeira apresentação ocorrida em Paris na França, durante o ano de 1895, no *Grand-Café*, pelos irmãos *Auguste e Louis Lumière*.



Figura 51 – Cartaz de divulgação do Cinematographe de Lumière (1895).

A história que aprendemos sobre o cartaz é impressionante, quando a estudamos podemos conhecer o processo de criação evolutivo pelo qual ele percorreu ao longo dos anos até a contemporaneidade. Os meios que os designers utilizavam, podem-se citar os desenhos à mão livre, com diversas ferramentas como o lápis, carvão, nanquim, guache, aquarela, etc, até chegar à gráfica para a produção em série a ser distribuída em postes, bares e salas de cinema.

Podemos observar então, que são diversas as áreas que relacionam o cartaz de cinema com o Design, assim como meios históricos e culturais, é preciso conhecer as novas tecnologias empregadas nos tipos de materiais que estão sendo utilizados. Temos como exemplo a franquia 007 que tem criado diversos produtos associados aos filmes e livros, vários ícones são representados em muitos modelos de produtos.

No Brasil, alguns nomes se destacam na profissão que empregam de designer gráfico, entre eles são conhecidos como cartazistas brasileiros: Elifas Andreato, Romero Cavalcanti, Rogério Duarte e Fernando Pimenta, todos profissionais de renome e respeito que exploram novas maneiras e materiais para executar o trabalho em criação de cartazes de cinema.

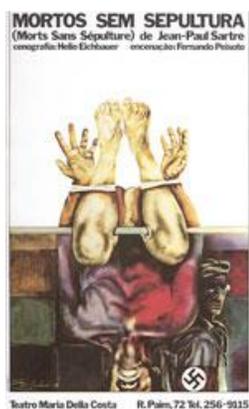


Figura 52 – Cartaz do filme *Mortos sem sepultura* de Elifas Andreato (1970).



Figura 53 – Cartaz do filme *Deus e o Diabo na terra do Sol* Rogério Duarte (1964).

Durante a ditadura, a partir de 1968, Elifas Andreato foi perseguido pelos militares contra a liberdade na imprensa, temendo a morte passou a manter a esperança de ver um país livre. Diagramou e ilustrou diversos jornais e livros até fazer cartazes de teatro que também eram censurados. Hoje, ele dirige a *Almanaque Brasil da Cultura Popular*.

Rogério Duarte, baiano, mudou-se para o Rio de Janeiro para trabalhar como diretor de arte da UNE e da Editora Vozes, criou diversos cartazes para filmes como: *Deus e o Diabo na terra do sol*, que é símbolo do cinema nacional. Além de ser considerado um dos mentores intelectuais do movimento tropicalista (movimento cultural brasileiro influenciado pela vanguarda e cultura pop nacional e estrangeira), também foi um dos primeiros a ser preso e denunciar publicamente a tortura no regime militar.

4. As Vanguardas

Como foram de grande influência para o design gráfico, as vanguardas artísticas destacaram-se pelos principais designers de cartazes, como Jules Chéret (1836 – 1933) e Eugène Grasset (1831 – 1917), os quais transformaram as artes gráficas em *Art Nouveau*, estilo que teve grande importância devido a suas páginas impressas com formatos de letras e modernização dos cartazes.

Outros destaques foram Alfons Mucha (1860 – 1939) que tinha grandes habilidades em desenho e Henri de Toulouse-Lautrec (1864 – 1901), que por seus padrões dinâmicos, cores chapadas, uso de silhuetas, desenhos de personagens da época, formas simbólicas e relações espaciais, formavam imagens de expressão e comunicação.



Figura 54 – Cartaz
*Bal au Moulin
Rouge* de Jules
Chéret (1832).

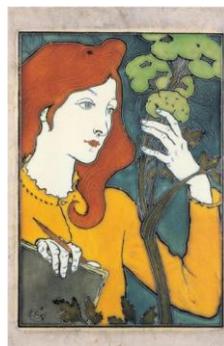


Figura 55 – Cartaz
The Art of Drawing
de Eugène Grasset
(1894).

Em 1909, foi criado o futurismo, estilo que expressa a visão do futuro, trazendo o possível movimento através do uso de espaços em branco, linhas de composição entrelinhadas, títulos em negrito, desenhos delineados, tonalidades pálidas e abstrações geométricas, para o design de cartazes. Durante 1920, foi definido a criação de cartazes cubistas como forma de comunicar ideias combinando imagens e tipografias no layout de impressos. Outros movimentos artísticos fizeram parte da composição de cartazes cinematográficos, porém com a grande quantidade de assunto, torna-se inviável registrar todas as vanguardas neste trabalho.

5. O cartaz contemporâneo

A civilização contemporânea é denominada de “civilização da imagem”, pois é o que tem de maior diferencial com relação as civilizações passadas, as quais utilizavam mais informações que imagens. De acordo com Hollis (2000) o cartaz como design gráfico, pertence à apresentação na qual a imagem e a palavra precisam estar vinculadas a um significado único e fácil de ser lembrado. Hoje em dia, ferramentas publicitárias criam imagens refletindo o cotidiano e o sonho de seus consumidores, estabelecendo assim, formas de convencer a sociedade ao consumismo. Com as novas técnicas de impressão, os artistas modernos tendem a criar um comércio de

consumo no qual se estabelecem novas manipulações de cores, tipografias, layout e fotografias, utilizando-se então da linguagem gráfica como meio de comunicação para o consumo.

O cartaz contemporâneo é projetado com poucos elementos visuais, tendo como objetivo prender a atenção e ser compreendido. Desta forma o cartaz como design gráfico tende a dar um único sentido à sua composição.

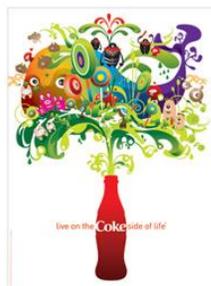


Figura 56 – Cartaz publicitário da *Coca-Cola* (2011).



Figura 57 – Cartaz publicitário da *Heineken* (2011).



Figura 58 – Cartaz publicitário da banda *Coldplay* (2011).

Mesmo que cada designer ou artista tenha padrões próprios perceptíveis, o importante é que o público alvo entenda a mensagem, isso é uma das coisas que distingue o design das artes plásticas. (SOUZA, 2011, p.14)

O cartaz mesmo não sendo denominado como uma arte, também se destaca por anunciar eventos culturais artísticos como peças de teatro, shows, apresentações e estreias de filmes, isto porque no início da vida do cartaz, sua função era divulgar a vida na sociedade. Como disse Hollis (2000) que nas ruas do século XIX, os cartazes expressavam os aspectos da vida cotidiana, chamando atenção dos compradores através das cores dos cartazes.

6. O cartaz cinematográfico

O cartaz de cinema começou com os irmãos Auguste e Louis Lumiere, que os colavam nas janelas do *Grand-Café*, apresentavam-se como um cartaz tipográfico simples que chamavam o público ao *Cinematographe Lumière*. Os filmes que os *Lumière* anunciavam através de cartazes

faziam parte de cenas cotidianas como a saída dos operários da fábrica *Lumière*, a chegada do trem à estação, entre outros eventos rotineiros.

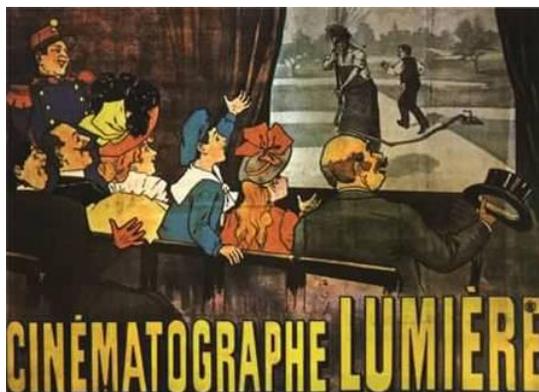


Figura 59 – Cartaz de divulgação do *Cinematographe Lumière* (1895).

Desta forma o cartaz cinematográfico desde seu início tem-se como objetivo ser um produto voltado a deixar o espectador com o desejo de frequentar as salas de exibição. Mostra a transformação de imagem estática em imagem em movimento.

É possível assim dizer que o cartaz é um produto impresso que anuncia algo específico. No caso, o cartaz é uma peça fundamental para o cinema, sem ele, a divulgação do que será produzido não é conhecida pelo público determinado, fazendo com que o mesmo não tenha interesse e assim não existiria o comercio. Os cartazes são ferramentas incentivadoras que tendem a manter a curiosidade do indivíduo, provocando a sensação de desejo em seu público, eles têm a função de anunciar qualquer tipo de espetáculo, determinando o sentido do que se passa em seu contexto, assim o cartaz torna-se uma ferramenta de publicidade fazendo com que o que está sendo transmitido seja vendido ou divulgado à sociedade consumidora.

A produção de um cartaz de cinema supõe ser um produto de um processo relacionado com o que se cria na mente do cartazista. Desta forma, é possível presumir que o mesmo sujeito assistiu ao filme e que, além disso, possui um conhecimento histórico de cartazes. O cartazista torna-se espectador antes dos outros, ativando dessa forma suas habilidades potenciais em produção de novos cartazes para determinada peça. O cartaz de cinema revela-se como um objeto do filme,

tratando-se de uma imagem estática produzida na mente do cartazista após um planejamento, visando à solução de um problema de comunicação visual.

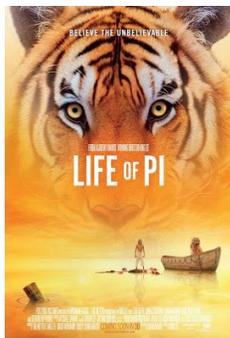


Figura 60 – Cartaz do filme *As Aventuras de Pi* de Ang Lee (2012).



Figura 61 – Cartaz do filme *Sem dor, sem ganho* de Michael Bay (2013).



Figura 62 – Cartaz do filme *Se beber não case – Parte 3* de Todd Phillips (2013).

6.1. Os elementos do cartaz cinematográfico

O cartaz de cinema é uma imagem vista antes do filme, servindo como primeira impressão visual que o espectador tem do mesmo. É a partir desta visão que ele presume o que irá acontecer quando for assistir.

A forma que as imagens e textos devem-se organizar no cartaz, baseia-se na elaboração dos elementos sobre a superfície, suas molduras são determinadas pela tecnologia dos cinemas e pela indústria de papel, tendo como base uma limitação de espaço e de material para o cartaz, porém este projeto necessita que o padrão espacial e material seja eliminado para uma nova forma de expressar ideias.

Geralmente nos formatos de cartazes mais tradicionais as extremidades são reservadas. A parte superior para o título juntamente de ilustrações e na parte inferior, os créditos sem nenhuma relação com o restante da composição.

Quintana (1995) afirma que outros designers preferem utilizar o espaço do cartaz de forma diferenciada, como os cartazes futuristas que apresentam utilizações de elementos reais na

composição dos cartazes, também não utilizam o espaço de forma convencional. Em alguns cartazes da cinematografia vanguardista soviética, que são concebidos no construtivismo da disposição rígida do espaço, encontramos a ruptura com o esquema de espaços diferenciados e a preferência por utilizá-lo de forma calculada e padronizada.

Ao se projetar um cartaz, o designer se envolve com elementos sensíveis que precisam de certos cuidados durante a criação, por ser um produto de manifesto, é interessante que seus elementos sejam funcionais. Para Quintana (1995), Estes elementos visuais gráficos: título, ilustração, chamada e créditos, que desde já denominaremos como lexias, são as encarregadas de materializar a informação, numa combinação ou sintaxe entre elas, também significantes. Portanto, é preciso que eles se comuniquem.

6.1.1. O Título

O título do filme tem como objetivo ser o nome definido para o produto, ele determina seu conteúdo de forma direta, podendo o espectador entender seu significado antes ou após assistir o filme. De forma que a intitulação corresponde, na maioria dos casos, a um determinado momento de ênfase temático.

A relação que o título tem para com a obra, define o surgimento de figuras temáticas do filme. É a partir daí que se começa a entender como é definido um cartaz de cinema.

6.1.2. A Ilustração

O elemento de maior impacto visual no cartaz é a ilustração ou a falta dela, depende do que o designer elaborar para o seu projeto, já que o mesmo é uma obra feita a partir de seu ponto de vista determinado pelos seus conhecimentos a fim de que se supõe que ele tenha sobre o filme proposto. Em outras palavras, o designer cartazista define uma imagem de referência para ser tema principal na apresentação do produto, ou seja, deve ser a essência fundamental do filme, não sendo necessário ser uma cena retirada como através da fotografia, mas podendo ser representada por desenhos de símbolos que comuniquem a importância de seu significado.

Este tipo de apresentação publicitária é uma abordagem que deixa o espectador decidir se fica interessado pelo filme ou se não é de seu agrado.

6.1.3. A Chamada

A função da chamada é a de convocar ou anunciar, assim como os sons representados por sinos, apitos, tambores, trombetas, sirenes e outros podem ser definidas por se encaixarem em todas as classes possíveis, sendo elas: (acústicas, táteis, olfativas e visuais). No caso de cartazes de cinema, o que abrange são as chamadas visuais, as quais em um sistema de tráfego a chamada é representada por semáforos, gerados pela necessidade de organização cultural de trânsito veicular. Uma definição para uma chamada nos cartazes de cinema, pode ser representada pela presença de um elemento interessante ou espontâneo, encaixado na concepção artística do cartaz.

Os cartazes apresentam uma quantidade mínima, mas que se destacam, para que o espectador entenda do que se trata. Sendo eles representados através de gráficos, personagens ou cenas do filme.

6.1.4. Os Créditos

Os créditos sejam eles iniciais ou finais, são sinais de que um espetáculo está começando ou está terminando. Da mesma forma funcionam os cartazes de cinema, antecipando os nomes dos personagens, produtores, distribuidores, atores, diretores, montadores, músicos, figurinistas, roteiristas, argumentistas, cenógrafos, fotógrafos, cartazistas, etc.

A ficha técnica dos filmes evoluiu assim como os filmes, passaram-se anos desde sua primeira aparição feita pelos *Lumière*, a qual constituía apenas os produtores e/ou distribuidores, hoje as pretensões dos produtores se definem no chamado nos cartazes que aparecem os nomes dos argumentistas sobre o nome do diretor, anos depois, os atores tomam lugar como primeiro nome nos cartazes, a partir dos anos de 1920 o diretor começa a ser a principal referência, firmando-se até então.

A estrutura predominante é dada de acordo com um código de procedimento padrão das companhias cinematográficas, a qual o design reserva as extremidades do formato para dispor o título que costumam ficar na parte superior e integrado à ilustração e os créditos na parte inferior sem quaisquer integrações com outros elementos. Desta maneira é presumido o começo e o final do filme como se remetendo à representação da ficção e da realidade.

7. O profissional designer gráfico na elaboração de cartazes

Não existe uma metodologia específica para a elaboração de cartazes, desta forma o designer pode criar formas de produzi-lo baseando-se em um método analítico comparativo de cartazes de mesmo tema ou gênero.

O cartaz deve remeter uma boa leitura, de forma que é preciso levar em consideração, o contraste entre cor da letra e da imagem, o tamanho da letra, a distância entre palavras e a relação entre as imagens e as palavras.

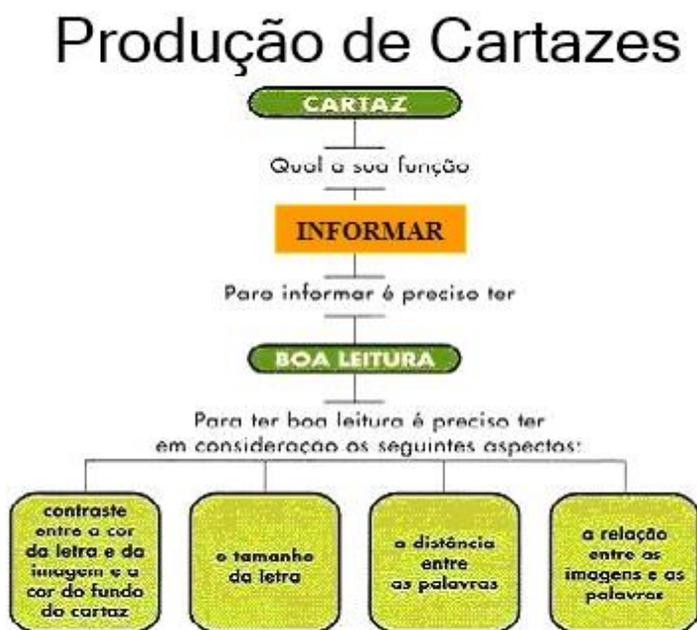


Figura 63 – Representação gráfica da Produção de cartazes (1997).

7.1. Conteúdo

O cartaz como peça de design, serve para motivar e divulgar uma mensagem, dessa forma, ele deve ser muito bem apresentado. Para isso, o cartaz deve ser atraente, fazendo com que o espectador apressado pare e se encante com sua beleza. Deve também ser simples, expressando de forma clara, breve e precisa, para que se possa ser entendido rapidamente, assim sendo, ele precisa tratar de apenas um assunto, eliminando o não essencial. Suas ilustrações devem ser autoexplicativas, para que se possa identificar facilmente a mensagem transmitida ao público. O texto deve ter poucas palavras, mas que sejam significativas e adequadas ao espectador, a letra

claramente deve ser legível. O cartaz deve apresentar cores vivas e contrastantes, que chamem a atenção do público. Seus elementos devem ser distribuídos de forma agradável, baseando-se nos princípios de *harmonia, unidade, foco e equilíbrio*.

7.2. Critérios

Com relação ao tamanho, o proposto é 94 x 64 cm, tendo margem de 1 à 5 cm em relação ao título que pode ser acompanhado de subtítulo e devem ter a fonte de 2,5 à 8 cm, para que possa ser visto a uma certa distância. A ilustração deve compor todo o cartaz, sem respeitar as margens, o elemento de extravagancia deve ser embutido na mensagem visual, para que possa ser vista por todos. Com relação às cores, aconselha-se utilizar um máximo de três cores.

O cartaz deve seguir os seguintes passos, levando em consideração seus critérios.



Figura 64 – Representação gráfica da Produção de cartazes (1997).

8. Os cartazes tridimensionais

Hoje em dia podemos encontrar algumas amostras de cartazes com efeitos 3D usados para se obter informações do espaço tridimensional através da análise de duas imagens obtidas em pontos diferentes. Este fenômeno natural chamado de estereoscopia ocorre pelo fato do ser humano ter dois olhos permitindo a noção de profundidade espacial, com o objetivo de perceber a distância que se encontram os objetos. A estereoscopia acontece através de uma análise de duas imagens da mesma cena projetadas nos olhos em pontos diferentes chamados de distância pupilar, acontece quando o cérebro une as duas imagens no córtex visual, obtendo informações de profundidade, distancia, posição e tamanho dos objetos.

Existem diferentes métodos que podem representar a estereoscopia. Para cartazes foi possível identificar o anáglifo, recortes e dobraduras, papercraft e lentes lenticulares.

8.1. Anáglifo

É a formatação da imagem de modo que favorece o efeito tridimensional estereoscópico quando vistos com lentes de cores diferentes. A imagem formada por duas camadas de cores sobrepostas e com distancia determinada produz o efeito de profundidade na mente do observador. O processo se dá quando as diferentes imagens são filtradas, uma por cada olho quando vista através de um filtro especial.

Entretanto o efeito tridimensional que este cartaz proporciona, só é possível com o auxílio de dois filtros, no caso lentes, com as mesmas cores utilizadas nas camadas impressas comumente usadas em óculos 3D. Desta maneira, não é possível uma visualização tridimensional sem estes óculos com lentes especiais, o que dificulta a interação do público com o cartaz.



Figura 65 – Cartaz do filme *Se ela dança eu danço 3D* de Jon Chu (2010).

8.2. Recortes e Dobraduras

Através de recortes e dobraduras é possível moldar uma imagem fazendo o material ter relevo, sombra e espaços vazios, dessa forma o efeito tridimensional é visto sem o uso de lentes ou qualquer filtro para visualização.

Porém, este modelo de cartaz não é eficaz para todo projeto, por utilizar grande espaço do papel com dobras e recortes. Seu uso é mais adequado para projetos minimalistas, os quais se utilizam de poucos elementos de expressão.



Figura 66 – Cartaz de divulgação do *Jam Jar Studio 3D* (2010).

8.3. Papercraft

É um método de construção de objetos tridimensionais com papel, muito parecido com o origami, porém, é feita com vários pedaços de papel, em vez de dobrá-los são cortados e colados. Hoje em dia já é possível converter os polígonos de um arquivo 3D para um modelo de papercraft com o auxílio de softwares.

Este modelo de cartaz é o que mais tem interação com o público, porém, além da grande dificuldade de transporte em larga escala, o modelo necessita de segurança contra furtos ou qualquer dano causado ao mesmo, o que destruiria sua composição. Sendo assim, este tipo de cartaz, assim como os que se utilizam de recortes e dobraduras, não é adequado para qualquer projeto, já que utilizam grande área do papel sem deixar espaço para outros elementos.



Figura 67 – Cartaz de divulgação da banda *Dry the river* 3D (2011).

8.4. Lentes Lenticulares

A impressão lenticular é uma tecnologia que foi criada na década de 1940, que utiliza lentes lenticulares para produzir imagens impressas com ilusão de profundidade, ou a capazes de alterar ou se mover dependendo do ângulo de visão imposto. As imagens utilizadas para impressão podem ter diversos efeitos visuais dependendo dos diferentes tipos de montagem.

8.4.1. 3-D (sem óculos especiais)

Cria uma ilusão de profundidade visual onde os elementos parecem estar saindo do impresso.



Figura 68 – Cartaz de divulgação da bebida Bacardi Limón. 2014.



Figura 69 – Cartaz de divulgação da bebida Bacardi Limón. 2014.

8.4.2. Flip (troca de 2 ou 3 quadros)

Troca de 2 ou 3 imagens.



Figura 70 – Cartaz de divulgação do filme Star Wars Episódio 3. 2005.



Figura 71 – Cartaz de divulgação do filme Star Wars Episódio 3. 2005.

8.4.3. Morph (transformação de uma imagem em outra)

Através de mudança gradual, transforma um elemento em outro.



Figura 72 –
Ilustração. 2013.



Figura 73 –
Ilustração. 2013.

8.4.4. Movies (animações)

Usam vários quadros de uma ação ou ilustração dando movimento ao impresso.



Figura 74 – Cartaz de divulgação do remédio Sprelle. 2013.



Figura 75 – Cartaz de divulgação do remédio Sprelle. 2013.

8.4.5. Combinações

Permitem que sejam utilizados dois efeitos no mesmo impresso. Por exemplo: 3D + Flip



Figura 76 –
Ilustração. 2013.



Figura 77 –
Ilustração. 2013.

O processo consiste em criar uma imagem a partir de pelo menos duas imagens e combinando com uma lente lenticular, nivelando e entrelaçando as camadas, para então imprimir diretamente na parte de trás da lente (lado liso). As fatias entrelaçadas devem estar juntas e niveladas durante o processo de impressão litográfica ou telas “fantasmas” de má aparência podem aparecer.



CAPÍTULO 3º
FRANQUIA

James Bond, agente 007, é um personagem fictício da espionagem britânica MI-6 (*Military Intelligence, section 6*). O personagem surge em 1950 nos livros de bolso de nome *Casino Royale*, o sucesso fez aumentar as vendas e entrar nas franquias de cinema.

O escritor Ian Fleming, inventor do personagem James Bond, usou este nome do autor do livro preferido de sua esposa *Birds of the West Indies*. Antes de sua morte em 1964, Fleming escreveu doze livros e dois contos sobre o personagem. Kingsley Amis e Raymond Benson deram continuidade ao seu trabalho.

Antes de sua estreia no cinema o personagem James Bond, foi tema de um seriado de televisão americano e fez parte de dois filmes à parte da produtora oficial EON Productions (*Everything Or Nothing*), que mantém os direitos sobre o personagem.

James Bond é descrito como sendo um homem alto, moreno, de olhar penetrante, viril, de porte atlético e sedutor, tendo idade estimada entre 33 e 40 anos, apreciador de Vodka-Martini “*batido, não mexido*”, perito em artes marciais, exemplo de atirador, com licença para matar, Bond está sempre à serviço do governo de Sua Majestade.

Os filmes de 007 foram produzidos inicialmente por Harry Saltzman e Albert Broccoli que tinham os direitos cinematográficos da maior parte da obra escrita por Fleming e eram donos da produtora EON Productions. Em 1975, Saltzman abandonou a produtora e a partir de 1995, os filmes foram produzidos pela filha de Albert, Barbara Broccoli e seu meio-irmão, Michael G. Wilson.

Até hoje, o personagem fictício James Bond, agente 007, foi interpretado por seis atores, são eles:



Figura 78 – Fotografia do personagem James Bond, interpretado por Sean Connery (1962).



Figura 79 – Fotografia do personagem James Bond, interpretado por George Lazenby (1969).



Figura 80 – Fotografia do personagem James Bond, interpretado por Roger Moore (1973).



Figura 81 – Fotografia do personagem James Bond, interpretado por Timothy Dalton (1987).



Figura 82 – Fotografia do personagem James Bond, interpretado por Pierce Brosnam (1995).



Figura 83 – Fotografia do personagem James Bond, interpretado por Daniel Craig (2006).

As vinhetas de apresentação na abertura dos filmes de James Bond, onde o personagem atira na tela, foram criadas pelo artista gráfico Maurice Binder, elas se tornaram conhecidíssimas como parte do filme que revolucionou o design cinematográfico entre os anos de 1960 e 1970.



Figura 84 – Cena de abertura dos filmes de 007 (1962).

As músicas também influenciaram o sucesso da franquia de 007. Cantadas por bandas famosas de cada época, as músicas-tema dos filmes se tornaram popularmente reconhecidas e tiveram sucesso e reconhecimento.

As Bond-Girls, famosas namoradas do agente James Bond, traziam aos filmes a luxúria e sensualidade que é a marca registrada da franquia.

A filmografia dos filmes oficiais lançados pela EON, é constituída por 24 filmes, tendo uma arrecadação total de mais de US\$ 5,5 bilhões de dólares.

Titulo original	Titulo no Brasil	Titulo em Portugal	Ano	Actor principal	Director
<i>Dr. No</i>	<i>O Satânico Dr. No (cinema e televisão)</i> <i>007 contra o satânico Dr. No (vídeo)</i>	<i>007 - O Agente secreto</i>	1962	Sean Connery	Terence Young
<i>From Russia with Love</i>	<i>Moscou contra 007</i>	<i>007 - Ordem para matar</i>	1963		Guy Hamilton
<i>Goldfinger</i>	<i>007 - Contra Goldfinger</i>	<i>007 - Contra Goldfinger</i>	1964		Terence Young
<i>Thunderball</i>	<i>007 - Contra a chantagem atômica</i>	<i>007 - Operação Relâmpago</i>	1965		Lewis Gilbert
<i>You Only Live Twice</i>	<i>Com 007 só se vive duas vezes</i>	<i>007 - Só se vive duas vezes</i>	1967		Peter R. Hunt
<i>On Her Majesty's Secret Service</i>	<i>007 - A serviço secreto de Sua Majestade</i>	<i>007 - Ao serviço de Sua Majestade</i>	1969	George Lazenby	Peter R. Hunt
<i>Diamonds Are Forever</i>	<i>007 - Os diamantes são eternos</i>	<i>007 - Os diamantes são eternos</i>	1971	Sean Connery	Guy Hamilton
<i>Live and Let Die</i>	<i>007 - Viva e deixe morrer</i>	<i>007 - Vive e deixa morrer</i>	1973	Roger Moore	
<i>The Man with the Golden Gun</i>	<i>007 - Contra o homem com a pistola de ouro</i>	<i>007 - O Homem da Pistola Dourada</i>	1974		Lewis Gilbert
<i>The Spy Who Loved Me</i>	<i>007 - O espião que me amava</i>	<i>007 - Agente Irresistível</i>	1977		
<i>Moonraker</i>	<i>007 - Contra o foguete da morte</i>	<i>007 - Aventura no Espaço</i>	1979		
<i>For Your Eyes Only</i>	<i>007 - Somente para seus olhos</i>	<i>007 - Missão ultra-secreta</i>	1981		John Glen
<i>Octopussy</i>	<i>007 - Contra Octopussy</i>	<i>007 - Operação Tentáculo</i>	1983		
<i>A View to a Kill</i>	<i>007 - na mira dos assassinos</i>	<i>007 - Alvo em Movimento</i>	1985		
<i>The Living Daylights</i>	<i>007 - marcado para a morte</i>	<i>007 - Risco Imediato</i>	1987	Timothy Dalton	
<i>Licence to Kill</i>	<i>007 - Permissão para matar</i>	<i>007 - Licença para matar</i>	1989		
<i>GoldenEye</i>	<i>007 - contra GoldenEye</i>	<i>007 - GoldenEye</i>	1995	Pierce Brosnan	Martin Campbell
<i>Tomorrow Never Dies</i>	<i>007 - O amanhã nunca morre</i>	<i>007 - O Amanhã Nunca Morre</i>	1997		Roger Spottiswoode
<i>The World Is Not Enough</i>	<i>007 - O mundo não é o bastante</i>	<i>007 - O Mundo não Chega</i>	1999		Michael Apted
<i>Die Another Day</i>	<i>007 - Um novo dia para morrer</i>	<i>007 - Morre Noutro Dia</i>	2002		Lee Tamahori
<i>Casino Royale</i>	<i>007 - Cassino Royale</i>	<i>007 - Casino Royale</i>	2006	Daniel Craig	Martin Campbell
<i>Quantum of Solace</i>	<i>007 - Quantum of Solace</i>	<i>007 - Quantum of Solace</i>	2008		Marc Forster
<i>Skyfall</i>	<i>007 - Operação Skyfall</i>	<i>007 - Skyfall</i>	2012		Sam Mendes

Figura 85 – Lista de filmes de 007 (1962 - 2012).

Depois de livros, séries, filmes e músicas, o agente secreto mais conhecido do mundo, ganha os jogos de vídeo game, sendo o primeiro criado em 1983 para o computador Commodore 64 e os

console do Atari 2600, Atari 5200 e Colecovision. Enquanto isso, outros objetos divulgados nos filmes ganham marca 007 e outros ícones de promocionais em época de estreia.



Figura 86 – Jogo 007 para videogame Colecovision (1983).



Figura 87 – Jogo 007 para videogame Colecovision (1983).



Figura 88 – Perfumes 007 (2012).



Figura 89 – Relógio Ômega 007 (2012).



Figura 90 – Underwater Scooter “Seabob” (2010).

Ao conhecer mais detalhadamente a franquia de 007, compreende-se que se trata de um personagem de estilo clássico, o qual não dispensa o terno seja qual for a ocasião. A elegância, a sedução, os contatos, a atitude e outras características, o tornam não apenas o melhor agente secreto, mas um conceito do tipo de homem que muitos gostariam de ser. Essas características são cobiçadas por homens que anseiam ter um caráter parecido com o de James Bond, assim, este público adquire objetos que o fazem parecer com o personagem, dando-lhes a sensação de obter um pouco da personalidade fictícia para si.



CAPITULO 4
METODOLOGIA CRIATIVA

Os filmes selecionados para análise foram escolhidos por décadas em que foram apresentados, podendo assim mostrar a evolução dos cartazes da franquia ao longo dos anos.

Serão analisados através do ponto de vista de um designer todos os elementos, conteúdos, critérios, técnicas, fundamentos e características apresentados nos respectivos cartazes.

Cartaz 1 – 007 contra o satânico Dr. No



Figura 91 – Cartaz do filme *007 - contra o satânico Dr. No* (1962).

Título original: Dr. No

Título em português brasileiro: 007 – Contra o Satânico Dr. No

Produtora: EON Productions

Ano de lançamento: 1962

Direção: Terence Young

Sinopse: James Bond (Sean Connery) investiga o desaparecimento de um agente britânico. Em meio às suas investigações ele descobre o esconderijo do Dr. No (Joseph Wiseman), um gênio louco que pretende desviar o rumo dos foguetes americanos.

Análise

Observando o cartaz do filme Dr. No, de início na parte superior do mesmo, é possível visualizar uma frase que diz: *“Now... meet the most extraordinary gentleman spy in all fiction... James Bond, Agent 007...!”*. Esta mensagem de apresentação temática introduz rapidamente o gênero do filme que o cartaz apresenta, confirmando sua mensagem pela ilustração central do cartaz, o qual apresenta o próprio espião e algumas atrizes em escala e o vilão da história e algumas cenas que passam no filme como segundo foco da ilustração. Juntamente com a ilustração apresenta-se os números 007 que tem o significado de ser o seu número como agente da agência Mi-5 e um desenho da metade de uma pistola que é uma das armas do agente. Estes números e a pistola, formam uma marca utilizada para divulgar os produtos do agente 007.

A parte posterior do cartaz é dividida em três seções, na primeira uma fina faixa preta divulgando este filme como sendo o primeiro de muitos filmes que estariam por surgir. Na segunda seção em um bloco cinza é possível encontrar ao lado esquerdo o nome do diretor e o tema do filme em destaque nas cores vermelha, ao lado direito encontra-se mais uma vez a marca de 007 com os dizeres: 007, além de ser seu codinome, significa que James Bond, é o 7º agente da empresa, Mi-5 que precede de duplo “0” que *“tem uma licença para matar, quando ele escolher, onde ele escolher, quem ele escolher!”*, desta forma anunciando antes do filme que o personagem tem como opção esta escolha, dada a ele pelo seu tipo de trabalho. Na terceira seção encontram-se respectivos créditos finais, que antecipam os nomes dos produtores, diretor, tema, atores, personagens, compositores, distribuidores.

O título do filme remete somente ao vilão da história, o qual se trata de um estanho cientista com um plano maléfico de destruir o programa espacial dos Estados Unidos da América. A tipografia do título do filme diferentemente do restante do contexto é única com o aspecto de erosão, sendo bem formal tendo serifas, porém com detalhes rasgados o qual implica no conceito de tormento ou loucura, a cor vermelha remete ao violento ou agressivo.

O plano de fundo do cartaz totalmente limpo em branco, destaca a ilustração colorida, cada personagem com uma respectiva cor e os textos em vermelho destacam as informações principais, título e rápida introdução do filme.

É possível observar que o cartaz contém uma leve assimetria em seus elementos, os quais são trazidos mais para a esquerda, deixando um pequeno vazio, na parte superior direita, o qual a escala que envolve os personagens da ilustração também está presente fazendo o peso se estabelecer mais do lado esquerdo do cartaz. Ele se torna complexo devido a sua grande quantidade de pequenas e mínimas informações visuais contida no desenho que faz parte dos cenários do filme, porém não quer dizer que não esteja bem organizado, a divisão de cada cenário é feita por interferência da ilustração maior que faz parte James Bond e as Bond Girls. As poses dos personagens, nos dá ideia de estase, a qual a postura de cada um, força a imobilidade.

Cartaz 2 – 007 – viva e deixe morrer

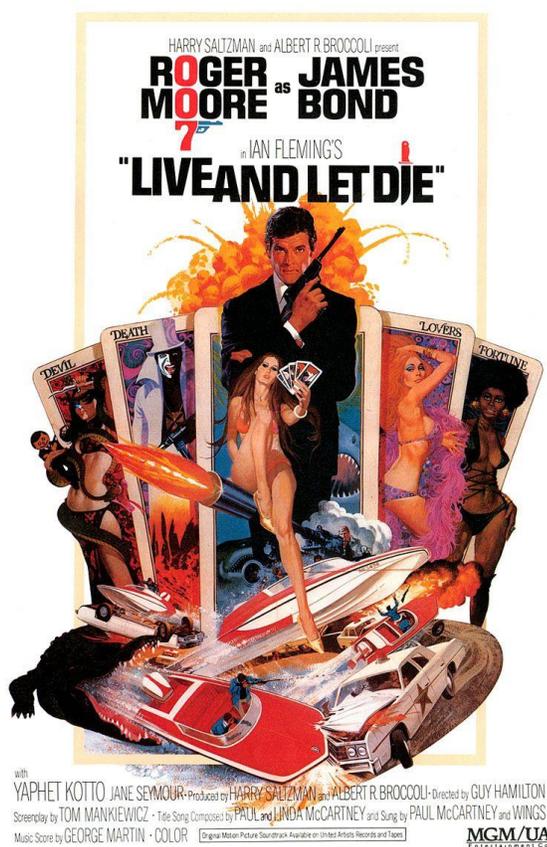


Figura 92 – Cartaz do filme 007 - viva e deixe morrer (1973).

Título original: Live and Let Die

Título em português brasileiro: 007 – Viva e deixe morrer

Produtora: EON Productions

Ano de lançamento: 1973

Direção: Guy Hamilton

Sinopse: O tráfico de heroína e a morte de agentes secretos colocam frente a frente James Bond (Roger Moore) e Mr. Big (Yaphet Kotto), o chefe do crime em Nova York. Sua organização age impulsionada pelas visões de Solitaire (Jane Seymour), uma cartomante com poderes especiais. Quando conhece Bond, Solitaire perde os seus poderes e é condenada a morte num ritual vodu.

Análise

No cartaz do filme viva e deixe morrer, observa-se na parte superior os nomes dos produtores e em destaque os nomes do ator principal e do personagem que ele interpreta, unindo a marca do agente James Bond ao nome do ator. O nome do diretor, aparece como os dos produtores, sutilmente, mostrando importância, porém sem tomar o impacto primordial do título e o ator principal. O título do filme antecede a ilustração mesclando-se aos nomes citados anteriormente. No título “Live and let die” a letra “i” em “die” remete a uma faca, onde o pingo do i é ilustrada como o cabo da faca. É possível associar a faca ao tema do filme proposto, tendo em vista que a faca sendo um objeto cortante capaz de ser empunhado, é uma ferramenta que pode ferir ou matar. As cores em vermelho tanto do cabo quanto da marca de 007 mesclada com o nome do ator, dão ênfase, à sua visualização para que não se passe em branco.

A ilustração centralizada, enfoca no tema do filme, divulgando o ator Roger Moore como James Bond, cartas com ilustrações voltadas ao cartomantismo que faz parte da história deste filme, as mulheres representadas como as Bond Girls, ou namoradas do personagem. Veículos navais e terrestres, animais, armas e explosões que fazem parte do filme que o personagem irá utilizar. Definindo assim os cenários nos quais o filme se passará.

Em torno da ilustração e da parte superior do cartaz os quais fazem parte os nomes do ator, produtores e título do filme, um quadro de cor bege define uma ilusão de margem para o cartaz. Os créditos do cartaz, não faz parte desta margem, o qual se encontra na parte inferior do cartaz, porém ainda se mesclando com a ilustração que de forma exagerada, ultrapassa o limite da margem.

A grande quantidade de informações contidas neste cartaz, o torna um elemento bastante complexo, fazendo uso de sobreposição de imagens tornando o cartaz como um todo um elemento equilibrado porém com elementos instáveis e fragmentos o que não mostra apenas uma

cena, mas uma mistura de cenários unidos ao acaso formando um novo contexto que pode-se apresentar no filme.

James Bond é um extraordinário jogador de cartas, neste cartaz, ele transmite a superioridade em relação aos outros participantes, estando no centro e em escala maior. A explosão por trás das cartas, torna clara sua competência no jogo diante de seus rivais, Bond terá que passar por diversas artimanhas incluindo aventuras perigosas.

Cartaz 3 – 007 – Contra Octopussy



Figura 93 – Cartaz do filme 007 - contra Octopussy (1983).

Título original: Octopussy

Título em português brasileiro: 007 – Contra Octopussy

Produtora: EON Productions

Ano de lançamento: 1983

Direção: John Glen

Sinopse: Ao tentar solucionar quem assassinou o agente 009 (Andy Bradford), James Bond (Roger Moore) resolve seguir uma pista de uma jóia Fabergé roubada do Kremlin, que aparece em uma famosa casa de leilões de Londres. O agente 007 acredita que esta jóia pode ser a chave para solucionar o mistério, pois o agente morto foi encontrado com um Fabergé falso.

Análise

Em 007 – Contra Octopussy, a ilustração ocupa mais espaço tomando conta da parte superior e de toda parte central do cartaz, reduzindo o espaço destinado ao título e à apresentação dos produtores e do ator. A ilustração tem conteúdo assimétrico, onde os elementos não mantêm uma proporção em tamanho ou quantidade de elementos nas laterais do cartaz. Ela mostra o personagem principal James Bond e Octopussy em maior escala, definindo a temática para qual o filme se dirige. Cenários do filme se separam pelo cartaz mostrando uma episodicidade dos mesmos.

O título proposto juntamente com a produção, direção e ator, que fazem parte dos créditos, ocupa um espaço reduzido na lateral esquerda central do cartaz. Nota-se que a tipografia utilizada para o título do filme assimila os tentáculos de um polvo à letra “O” do título, sendo igual ao nome da personagem Octopussy. O qual a semelhança é vinda do inglês “octopus” sendo polvo em português.

O créditos são deixados na parte posterior do cartaz, o qual não é tanta importância mas não deixa de ser relevante para a divulgação de seus produtores, idealizadores e realizadores.

É possível encontrar diversas técnicas de comunicação visual inseridas neste cartaz, porém o que mais se destaca é o exagero tanto em tamanho da ilustração principal que mostra o agente 007 com Octopussy, quanto na quantidade de braços elaborados na personagem secundária o que remete ao seu nome e assimila ao animal polvo que contém oito tentáculos. A ideia de movimento das ilustrações também são bem visíveis, mostra-nos que o filme contém bastante cenas rápidas de ação, sendo a atividade a técnica visual que reflete o movimento. Dá-se o equilíbrio ao cartaz por todas as suas informações estarem bem simétricos no contexto como um todo.

Cartaz 4 – 007 – Contra GoldenEye

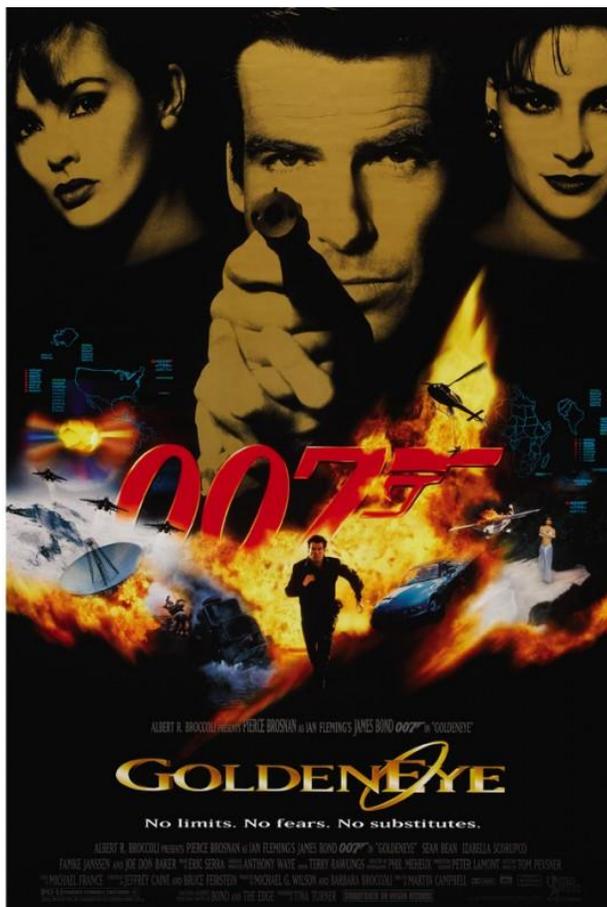


Figura 94 – Cartaz do filme 007 - contra GoldenEye (1995).

Título original: GoldenEye

Título em português brasileiro: 007 – Contra GoldenEye

Produtora: EON Productions

Ano de lançamento: 1995

Direção: Martin Campbell

Sinopse: Com a queda da Cortina de Ferro e o final da Guerra Fria, o modo de obter poder deu ao mundo uma nova ordem, que envolvem esquemas perigosos que visam apenas o lucro. Neste contexto, James Bond (Pierce Brosnan) conhece em Mônaco Xenia Onatopp (Famke Janssen), uma mulher extremamente bela e perigosamente mortal, que pertence a Máfia russa. Bond tenta encontrar o Goldeneye, uma arma secreta espacial que destrói tudo que tenha um circuito eletrônico e que, caso caia em mãos erradas dará aos seus donos o poder de derrubar governos. Para impedir uma catástrofe mundial, James se une a Natalya Simonova (Izabella Scorupco), uma programadora de computadores

Análise

Neste cartaz, a ilustração toma conta de quase todo o layout. Começando pela parte superior, o personagem principal James Bond, aponta uma de suas pistolas para o espectador, dos seus lados, encontram-se uma das Bond Girls e a vilã da história. Essa parte da ilustração, fotografia dos atores fazendo seu papel está com a tonalidade amarelada devido a assimilação com o título do filme GoldenEye, que remete a ouro.

A marca de 007 está bem centralizada equilibrando e dividindo as duas partes da ilustração, a que divulga os personagens principais e a que mostra os cenários em que se passa o filme, os quais muitos elementos se destacam para uma melhor compreensão de como será o decorrer do filme.

Na parte posterior do cartaz, logo abaixo da ilustração encontra-se com sutileza os créditos do filme. Tornando possível a distinção do título GoldenEye, em cor dourada representando o ouro.

O plano de fundo em tonalidade escura (preta), enfatiza a seriedade da história e é adequada aos cenários apresentados na ilustração.

Este cartaz enfatiza mais a parte central do mesmo, tornando possível uma leitura mais fácil e enfocada, estando o que seria de certo modo não tão relevante mais próximos às margens, como as personagens secundárias, cenários e créditos, o foco principal torna-se o personagem James Bond, o seu símbolo 007 o ator em um trecho de uma das cenas e o título. Sendo assim, a simetria que insere o contexto no cartaz exhibe simplicidade de forma que contribui para a síntese visual.

Cartaz 5 – 007 – Cassino Royale



Figura 95 – Cartaz do filme 007 - cassino Royale (2006).

Título original: Cassino Royale

Título em português brasileiro: 007 – Cassino Royale

Produtora: EON Productions

Ano de lançamento: 2006

Direção: Martin Campbell

Sinopse: A 1ª missão de James Bond (Daniel Craig) como agente 007 o leva a Madagascar. Sua tarefa é espionar o terrorista Mollaka (Sebastien Foucan), mas nem tudo sai como o planejado. Bond decide espionar por conta própria o restante da célula terrorista, o que o leva às Bahamas. Lá ele conhece Alex Dimitrios (Simon Abkarian) e sua namorada Solange (Caterina Murino). Alex está envolvido com Le Chiffre (Mads Mikkelsen), o banqueiro de organizações terroristas espalhadas pelo planeta, que pretende conseguir dinheiro em um jogo de pôquer milionário em Montenegro, no Cassino Royale. O MI6 envia Bond para jogar contra Le Chiffre, sabendo que caso Le Chiffre perca a partida isto desmontará sua organização. Mas para esta tarefa o agente 007 terá a companhia da sedutora Vesper Lynd (Eva Green), enviada por M (Judi Dench) para acompanhá-lo na missão.

Análise

É possível observar que no cartaz do filme Cassino Royale, a figura principal James Bond é destacado em grande escala, ultrapassando os limites do cartaz estando do lado esquerdo do mesmo. Nos cartazes dos filmes anteriores, James Bond está integrado no mesmo, porém de forma mais introvertida, ele está mais próximo aos personagens secundários, deixando-os em escala equilibrada, não dando demasiada importância a um só personagem.

As cenas do filme estão localizadas no lado direito, separadas por linhas brancas que assemelham-se às linhas de rotação do cano de uma pistola. As cenas como de costume, representam todos os pontos principais ressaltados do filme, veículos, ação, vilão, Bond Girl, neste caso sendo representado por fotografia e não mais através de desenhos.

O plano de fundo de cor prata contrasta com a roupa de James Bond, originando uma continuidade cromática dos elementos contidos no contexto da imagem, que fazem referência à seriedade do jogo de poker.

O título, desta vez localizado um pouco mais abaixo do centro do cartaz, tem uma tipografia mais sofisticada, assim, equilibrando a estética do cartaz com a produção cinematográfica. A marca do agente secreto, está contida no título do filme o 007, se apresenta na vertical, seguindo um contexto equilibrado para o título.

As informações sobre produção, direção e ator, é colocada separadamente dos créditos como em sua grande maioria. Para um maior destaque, porém que não seja tão relevante a fim de chamar mais atenção que qualquer outro elemento do cartaz. Os créditos finais, se localizam na parte posterior do cartaz, de forma que não atrapalha as informações principais.

Desta forma é possível destacar como técnica visual, a previsibilidade como sendo um fator de destaque para o layout. A ênfase se torna única, para o personagem que está em quase todo o conteúdo. Sequencialidade também pode ser encontrada, se bem observada nas linhas de composição do plano de fundo.

Cartaz 6 – 007 – Operação Skyfall



Figura 96 – Cartaz do filme 007 – operação Skyfall (2012).

Título original: Skyfall

Título em português brasileiro: 007 – Operação Skyfall

Produtora: EON Productions

Ano de lançamento: 2012

Direção: Sam Mendes

Sinopse: O roubo de um HD contendo informações valiosas sobre a identidade de diversos agentes, infiltrados em células terroristas espalhadas ao redor do planeta, faz com que James Bond (Daniel Craig) parta atrás do ladrão. A perseguição segue pelas ruas de uma cidade na Turquia e acaba em cima de um trem. Precisando impedir que a peça seja levada, M (Judi Dench) ordena que a agente Eve (Naomi Harris) dispare, mesmo sabendo que o tiro pode atingir Bond. É o que acontece, fazendo com que o agente 007 despenque de uma altura incrível. Considerado morto, Bond passa a levar uma vida como "fantasma" até assistir, pela TV, o ataque terrorista sofrido pelo MI6 em plena Londres. Disposto a mais uma vez defender seu país, ele retorna à capital inglesa e se reapresenta a M, mesmo guardando uma certa mágoa dela por ter ordenado o disparo. Logo eles descobrem que o responsável pelo roubo e o atentado é alguém que conhece muito bem o modo de funcionamento do MI6.

Análise

O cartaz de Skyfall é o mais simples que temos visto em todos esses anos. Porém não é por ser o mais simples, que não tem técnicas visuais. Em sua análise vemos que o plano de fundo, deixa de ser uma cor básica ou apenas um simples cenário e passa a ter duas funções na mesma imagem a de se parecer com uma janela de algum lugar mostrando a cidade de Londres e a bandeira de seu país em destaque em cores enquanto todo o restante está em preto e branco dando atenção especial a este elemento que contem a perspectiva do local em que se passa o enredo. Mas também, o plano de fundo assemelha-se a parte interna de um revólver, devido as suas linhas de movimento circular, as quais conseqüentemente tornam a forma do vórtice que a bala faz por seu caminho quando disparada.

O personagem principal em destaque no centro do cartaz, destaca-se do plano de fundo por mostrar uma singularidade na qual vale focar como um tema isolado, que não conta com o apoio de quaisquer estímulos visuais, além de sua movimentação lenta que pode ser entendida como uma leve atividade como técnica visual.

A localização do personagem dentro do revólver, intuitivamente explicita que ele é a atração principal do filme o qual deverá ser envolvido em uma trama de mistério que não foi revelada no cartaz, onde o vilão da história não aparece. O ator toma à frente da imagem da cidade ao fundo

mostrando um local conhecido e o país de origem envolta de sua bandeira, determinando assim que ele será o encarregado de protege-la de qualquer situação.

O título do filme não faz mais parte nem da parte superior, nem da parte central do cartaz, agora, ela se localiza na parte inferior, antecedendo os créditos fazendo com que o ator possa aparecer em destaque em quase todo o cenário. O título, toma proporções maiores, ampliando o enfoque para o tema do filme.

A marca do agente James Bond, já não se mescla com o título, dessa vez ela está próxima, logo abaixo do mesmo, porém com uma cor em destaque, o dourado, que ressalta os 50 anos da franquia comemorando as bodas de ouro.

Os créditos por fim, não mudaram de lugar, continuam no final do cartaz, não fazendo tanto destaque, apenas estando presente com sutileza.

O equilíbrio é a técnica mais impactante neste cartaz, observamos que a predominância de luz e de escuridão está em ambos os lados, o personagem e os créditos centralizados remetem a simetria manifestando visualmente as unidades. A cidade de Londres mantem-se em estase sendo vista através da janela, porém ainda há atividade estática na bandeira da Inglaterra.

9. Tabela de Análises

A partir das análises dos cartazes apresentados, a tabela abaixo resume de forma mais detalhada e esclarecedora que foi registrado, de forma que fica mais fácil compreender e comparar o que foi analisado.

Tabela de Técnicas da Comunicação Visual

	Dr. No	Viva e deixo morrer	Octopussy	GoldenEye	Cassino Royale	Skyfall	
Técnicas da Comunicação Visual	Equilíbrio		X	X	X	X	
	Instabilidade						
	Simetria		X	X		X	
	Assimetria	X		X			
	Regularidade						
	Irregularidade						
	Simplicidade				X	X	X
	Complexidade	X	X				
	Unidade						X
	Fragmentação	X	X	X			
	Economia						
	Profusão						
	Minimização						
	Exagero			X			
	Previsibilidade					X	
	Espontaneidade		X				
	Atividade			X	X		
	Estase	X					X
	Sutileza				X		X
	Ousadia		X				
	Neutralidade						X
	Ênfase				X	X	
	Transparência						X
	Opacidade	X	X	X	X	X	
	Estabilidade						
	Varição	X					
	Exatidão						
	Distorção						
	Planura		X				
	Profundidade	X		X			X
	Singularidade						
	Justaposição						
Sequencialidade					X		
Acaso	X	X					
Agudeza							
Difusão							
Repetição							
Episodicidade			X				

Figura 97 – Tabela de análises das técnicas da comunicação visual do cartaz cinematográfico “Do Autor”

Tabela de Elementos do Cartaz Cinematográfico

	Dr. No	Viva e deixo morrer	Octopussy	GoldenEye	Cassino Royale	Skyfall
Elementos do Cartaz Cinematográfico	Título	X	X	X	X	X
	Ilustração	X	X	X	X	X
	Chamada	X	X	X	X	X
	Créditos	X	X	X	X	X

Figura 98 – Tabela de análises dos elementos do cartaz cinematográfico “Do Autor”

Tabela de Elementos da Comunicação Visual

	Dr. No	Viva e deixo morrer	Octopussy	GoldenEye	Cassino Royale	Skyfall
Elementos da Comunicação Visual	Ponto	X			X	
	Linha	X		X		X
	Forma	X	X	X	X	X
	Direção	X		X	X	
	Tom	X	X	X	X	X
	Cor	X	X	X	X	X
	Textura	X	X	X	X	X
	Escala	X		X	X	X
	Dimensão	X	X	X	X	X

Figura 99 – Tabela de análises dos elementos da comunicação visual do cartaz cinematográfico “Do Autor”

9.1. Enquadramento

Após as análises foi observado que a maioria dos cartazes seguem um padrão, onde a imagem que é o foco principal está localizada no centro do cartaz, os créditos ficam localizados na parte inferior do mesmo e o título tem uma variação de locais, estando disposto onde melhor ficar contextualizado. Nota-se que os elementos visuais se restringem a temas como personagens principais, personagens secundários e cenários. O texto é localizado geralmente na parte superior e inferior, porém em alguns casos, está disposto no centro, dependendo da organização do layout.

Nos cartazes *Dr. No*, *Viva e deixe morrer* e *Octopussy*, são utilizadas ilustrações provenientes de fotografias, já que para a época as técnicas de montagens em computadores ainda não era tão aperfeiçoada. Diferentemente dos cartazes de *GoldenEye*, *Cassino Royale* e *Skyfall*, nota-se uma grande diferença em relação à manipulação gráfica.

9.2. Elementos Gráficos

É possível perceber que diversos elementos se repetem nos cartazes, alguns tendo o mesmo significado como a cor branca do plano de fundo nos cartazes mais antigos, e a cor preta do plano de fundo para os cartazes mais contemporâneos.

A marca de 007 se repete em todos os cartazes, elemento que deve sempre ser representado juntamente com a pistola do agente secreto. Para lembrar que “O duplo “0” significa que ele tem uma licença para matar, quando ele escolher, onde ele escolher, quem ele escolher!” como desde o primeiro filme e até mesmo antes disso, quando James Bond existia apenas em livros.

O próprio personagem principal o agente secreto James Bond, aparece em todos os cartazes como figura principal da temática. Podendo ser mudado o ator por várias questões. Porém nunca deixando de ser o mesmo personagem.

As tipografias, sempre utilizam elementos que remetem ao título, como podemos lembrar os tentáculos de *Octopussy*, remetendo aos tentáculos de um polvo.

9.3. Cores

A cor branca, maior predominante na maioria dos cartazes, geralmente é um símbolo de limpeza e simplicidade, que em alguns cartazes pode ter sido a única escolha por envolver tantas cores das ilustrações.

A cor preta aparece em todos os cartazes. O preto é um símbolo com significados de elegância e de mistério. Assim, alguns cartazes são compostos por essa como plano de fundo, para definir a temática central na qual se passa a história. Mas também a cor preta remete à seriedade demasiada, a qual é utilizada para produzir elementos sem falsos brilhos além de sua estética.

A cor vermelha, apresenta o significado de sensualidade, a qual se mostra em todos os filmes de 007, tomando a sensualidade a forma de cada Bond Girl. E ao perigo que se destina cada enredo, já que os filmes têm um gênero de ação no qual James Bond tem que se salvar dos perigos constantes.

9.4. Símbolos

Em todos os cartazes existem símbolos que remetem a alguma coisa relacionada ao filme, desde sua tipografia que pode conter tentáculos ou um cabo de faca, até uma marca do personagem Bond na qual o duplo 0 tem o significado de ser licenciado para matar, ou até mesmo uma cor, como a dourada da marca de 007, no cartaz de *Skyfall* o qual remete às bodas de ouro da franquia.

Muitos mitos e mistérios surgem através de símbolos bem elaborados que aparecem nos cartazes, sejam eles positivos ou negativos, causando euforia ou angústia.

10. Planejamento do cartaz

O projeto deste cartaz tridimensional com o uso de lentes lenticulares, tem como intuito elaborar cartazes de cinema diferenciados, mudando o aspecto do cartaz de filme comum para algo que o público possa interagir.

O processo de produção do cartaz em lentes lenticulares é dividido em três etapas.

As imagens são divididas em tiras e entrelaçadas numa única imagem.

A imagem entrelaçada é impressa diretamente na parte de trás de plástico lenticular ou impressa sobre um suporte de papel e em seguida estável laminado com o plástico.

A lente isola e amplifica a imagem entrelaçada por baixo, de tal forma que apenas uma imagem original ao mesmo tempo pode ser vista. As mudanças de imagem dependem do ângulo de observação. Se a matriz lente é colocada verticalmente, cada olho vê uma imagem diferente e cria a ilusão de uma imagem 3D

10.1. Materiais

Lentes lenticulares paralelas com as mesmas características óticas são impressas por tiras que projetam uma micro-imagem na parte de trás da lente, fazendo com que possam ser vistas em sequência para cada ângulo de visão da lente.

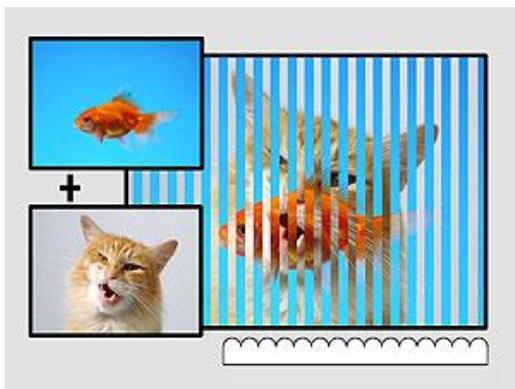


Figura 100 – Processo de impressão em lentes lenticulares.

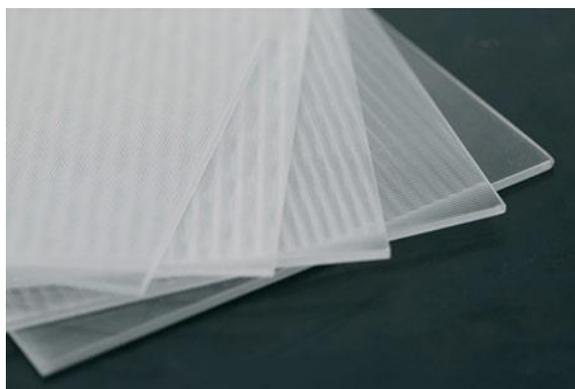


Figura 101 – Folhas lenticulares.

10.2. Transporte

Após impressa, a lente lenticular tem espessura de 0,225mm à 0,838mm, comparando a uma folha comum A4 que tem espessura de 0,1mm. O que não impossibilita o meio de transporte, podendo transportar milhares de uma só vez.

10.3. Custo

O custo da impressão depende do tipo de efeito que quer dar ao tema e do tamanho que se pretende. O tamanho de 50x30cm, sai em torno de R\$ 390,00. Dependendo também do tipo de efeito e da empresa para a qual se quer fazer o pedido da impressão.

10.4. Efeitos

É possível fazer um efeito de 3D, que mostra imagens tridimensionais em plano de fundo, estes elementos que compõe a peça devem ser separados em camadas para construção da ilusão de profundidade e perspectiva, sobressaindo do plano de fundo.

10.5. O Projeto



Figura 102 – Projeto final - 1ª imagem



Figura 103 – Projeto final – 2ª imagem.

Foi projetada uma nova sugestão de como o cartaz pode ser apresentado de modo que ele se torne cada vez mais interativo para com o público deixando de ser apenas mais um meio de comunicação relativamente banal. O tipo de efeito escolhido para melhor representar o cartaz foi o de Flip onde mostra a troca de 2 ou mais quadros.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para desenvolver este trabalho foram pesquisadas várias referências do design gráfico moderno de cartazes de cinema incluindo a série de filmes de 007. Este projeto foi motivado pela admiração aos filmes desta franquia, a curiosidade de saber qual o papel do designer gráfico na construção de cartazes de seus filmes e como inovar na criação de um novo conceito de cartazes de cinema. Sendo assim, o trabalho aprofundou o conhecimento na história e características do design gráfico moderno, com sua lógica simples e funcional.

Por meio destas análises de cartazes, foi possível compreender que diversos elementos de comunicação visual fazem parte de um contexto. Cada símbolo, remete a diversos fatores distintos, que por sua vez tornam-se cada vez mais repetitivos, fazendo deles elementos que se tornam conhecidos ao longo do tempo.

Diversos símbolos que foram observados, compreendem o gênero dos filmes de ação. Percebe-se que não somente através de elementos visuais gráficos é possível se estabelecer essa conexão, mas a relação que as cores têm sobre isso também está implícita no contexto. Entre os símbolos que mais se destacam, a cor é a que mais relaciona todos os outros elementos, como o preto sendo um elemento visual que conota a elegância e o vermelho a sensualidade.

Percebemos que embora os cartazes pertençam ao cinema norte-americano, é possível compreender as influências que temos sobre os diferentes tipos de avisos, isto ocorre por causa do tipo de conhecimento que aprendemos durante o decorrer da vida sobre a sociedade, cada cultura se baseia em diferentes tipos de modo de ser e agir, algo que possamos acreditar, pode não ser de mesmo valor para outra pessoa que está do outro lado do mundo.

O designer que procura se aprofundar na relação da composição temática dos cartazes, precisa ser capaz de elaborar projetos que mesquem todos os elementos para transformar em uma só peça. Apenas assim é possível elaborar um projeto por completo, para poder atingir ao público que se deseja é preciso se aprofundar na cultura local que deve ser aplicado o produto.

Desse modo, vemos que o cartaz cinematográfico mantém características de todas as peças gráficas, pois ela se trata de uma interpretação do filme. Ele deve relacionar o filme de forma simples, para que seja possível a rápida compreensão do que se trata.

Como a grande quantidade de elementos visuais pode tornar uma única composição complexa de forma que confunda o espectador, é possível sugerir ideias que inovem os cartazes de filmes, como cartazes promocionais de franquias que completam 50 anos, por exemplo, a de James Bond. Este trabalho planejou um cartaz que trouxe uma grande quantidade de informações bem detalhadas e distribuídas de forma que manteve a clareza do que se quis passar. Essas informações são: Título, fonte, ilustração, cores, chamada, créditos, relação de figura e fundo, organização das características, elementos e técnicas de comunicação visual de acordo com os componentes definidos durante o projeto, além do tipo de cartaz tridimensional que melhor se adequou à produção.

Como a tridimensionalidade nos filmes já não é um grande mistério, os cartazes também podem se tornar um atrativo extra para alguns espectadores, cartazes promocionais bem elaborados que divulgam o filme podem ser projetados e distribuídos pela produtora do filme em questão. A sugestão deste trabalho foi o projeto deste tipo de material através da análise de cartazes de filmes.

REFERÊNCIAS

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

HOLLIS, Richard. **Design gráfico: uma história concisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

SOUZA, Glenda Cavalcante Cabral. **Horror em Cartaz: análise simbólica dos cartazes de filmes de horror norte-americanos nas décadas de 1970 e 1980**. UFPE/CAA, 2011.

BIBLIOGRAFIA

AUMONT, Jaques. **A imagem**. 11. Ed. Campinas: Papyrus, 2006.

CARDOSO, Rafael. **O design gráfico e sua história**. 2004

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

FUENTES, Rodolfo. **A prática do design gráfico: uma metodologia criativa**. São Paulo: Rosari, 2006.

FRUTIGER, Adrian. **Sinais e símbolos: desenho, projeto e significado**. 2. Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

HOLLIS, Richard. **Design gráfico: uma história concisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Lisboa: 70, 1994.

JUNG, Carl G. **O homem e seus símbolos**. 6. Ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1964.

MEGGS, Philip B; Purvis, Alston W. **História do design gráfico**. 1ª São Paulo: Cosac Naify, 2009

MOLES, Abraham Antoine. **O cartaz**. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 2004.

QUINTANA, Haenz Gutiérrez. **Cartaz, cinema e imaginário**. Campinas: UNICAMP, 1995.

SILVA, Sophia de Oliveira Costa e Silva. **Fogos de artifício: imagens, símbolos e mitos**. São Paulo: Edgard Blucher, 2011.

SOUZA, Glenda Cavalcante Cabral. **Horror em Cartaz**: análise simbólica dos cartazes de filmes de horror norte-americanos nas décadas de 1970 e 1980. UFPE/CAA, 2011.

WONG, Wucius. **Princípios de forma e desenho**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

<<http://www.3dlenticular.com.br/>> Acesso em 08 de Julho de 2015.

<<http://graficamattavelli.blogspot.com.br/2013/05/propaganda-contem-mensagem-que-so-as.html>> Acesso em 08 de Julho de 2015.

<<http://cinemasterpieces.com/cinejamesbond.htm#fromrussia>> Acesso em 14 de Agosto de 2013.

<<http://www1.folha.uol.com.br/folha/especial/2003/007umnovodiaparamorrer/historia.shtml>> Acesso em 14 de Agosto de 2013.

<<http://www.webcine.com.br/especial/jamesbond/jamesbond3.htm>> Acesso em 14 de Agosto de 2013.

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/especial/2003/007umnovodiaparamorrer/historia-bond_girls.shtml> Acesso em 14 de Agosto de 2013.

<<http://www1.folha.uol.com.br/folha/especial/2003/007umnovodiaparamorrer/historia-musicas-tema.shtml>> Acesso em 14 de Agosto de 2013.

<http://www.webcine.com.br/especial/jamesbond/jamesbond_histo.htm> Acesso em 14 de Agosto de 2013.

<<http://www.adorocinema.com/>> Acesso em 14 de Agosto de 2013.

<<http://www.educacional.com.br/reportagens/golpede64/elifas.asp>> Acesso em 28 de Agosto de 2014

REFERÊNCIAS ILUSTRAÇÕES

Figura 01. CARTAZ DO FILME “Jurassic Park” de Steven Spielberg. 1993. Cartaz. Online. Disponível em: <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/pt/e/e7/Jurassic_Park_poster.jpg>. Acesso em 08 de Setembro de 2015.

Figura 02. CARTAZ DO FILME “O Espetacular Homem Aranha 2”. de Mark Webber 2014. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://www.blogsoestado.com/emcartaz/files/2014/05/Poster.jpg>>. Acesso em 08 de Setembro de 2015.

Figura 03. CARTAZ DO FILME “Laranja Mecânica” de Stanley Kubrick. 1971. Cartaz. Online. Disponível em: <http://mlb-d1-p.mlstatic.com/14401-MLB207756757_4847-F.jpg>. Acesso em 08 de Setembro de 2015.

Figura 04. CARTAZ DO FILME “Prenda-me se for capaz” de Steven Spielberg. 2002. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://www.bemparana.com.br/mercadocriativo/wp-content/uploads/2008/11/image-051-listaonline-02.jpg>>. Acesso em 08 de Setembro de 2015.

Figura 05. CARTAZ DO FILME “X-men: Dias de um futuro esquecido” de Bryan Singer. 2014. Cartaz. Online. Disponível em: <http://cinetop.com.br/wp-content/uploads/2014/03/xmendiasdeumfuturoesquecido_11.jpg>. Acesso em 08 de Setembro de 2015.

Figura 06. CARTAZ DO FILME “Azul é a cor mais quente” de Abdellatif Kechiche. 2013. Cartaz. Online. Disponível em: <http://br.web.img3.acsta.net/pictures/210/512/21051222_20131021152701707.jpg>. Acesso em 08 de Setembro de 2015.

Figura 07. CARTAZ DO FILME “Homem de Aço” de Zack Snyder. 2013. Cartaz. Online. Disponível em: <http://br.web.img2.acsta.net/r_510_x/medias/nmedia/18/92/01/54/20174871.jpg>. Acesso em 08 de Setembro de 2015.

Figura 08. CARTAZ DO FILME “007 – Contra Octopussy” de John Glen. 1983. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://1.bp.blogspot.com/>>

K1Bw17pjVwo/UIlQEcr0QiI/AAAAAAAARNI/WkEWE7pzeU/s1600/007+contra+octopussy+cartaz.jpg>. Acesso em 08 de Setembro de 2015.

Figura 09. CARTAZ DE FILME “X-men Primeira Classe” de Matthew Vaughn. 2011. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://semtedio.com/wp-content/uploads/2011/06/x-men-primeira-classe-cartaz-570x798.jpg>>. Acesso em 08 de Setembro de 2015.

Figura 10. CARTAZ DE FILME “No olho do tornado” de Steven Quale. 2014. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://2.bp.blogspot.com/-xG0R4qLCv8Q/U5epFrn07iI/AAAAAAAADgs/-yKr6kFboto/s1600/No+Olho+do+Tornado.jpg>>. Acesso em 08 de Setembro de 2015.

Figura 11. CARTAZ DO FILME “Equilibrium” de Kurt Wimmer. 2002. Cartaz. Online. Disponível em: <http://images.uncyc.org/pt/b/be/Poster_de_Equilibrium.jpeg>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 12. CARTAZ DO FILME “Sudoeste” de Eduardo Nunes. 2011. Cartaz. Online. Disponível em: <https://doidosporcinema.files.wordpress.com/2012/10/sudoeste_poster.jpg>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 13. CARTAZ DO FILME “A prova de morte” de Quentin Tarantino. 2007. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://1.bp.blogspot.com/-StBSCgWkvm8/Tut-7g-5ZzI/AAAAAAAABx8/RmasheZMNBs/s1600/death-proof-cartaz-analise-lucas-kurz-tarantino-09.JPG>>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 14. CARTAZ DO FILME “Comer, rezar, amar” de Ryan Murphy. 2010. Cartaz. Online. Disponível em: <<https://perfilteen.files.wordpress.com/2012/05/cartaz-filme-comer-rezar-amar.jpg>>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 15. CARTAZ DO FILME “Quase famosos” de Cameron Crowe. 2000. Cartaz. Online. Disponível em: <http://www.convergencia.jor.br/impressao/tig/almost_famous-4709.jpg>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 16. CARTAZ DO FILME “Rock ages” de Adam Shankman. 2012. Cartaz. Online. Disponível em: <http://1.bp.blogspot.com/-1kMgdZK85AU/UFVXz3405tI/AAAAAAAAAB-U/ISBL3_jAkWQ/s1600/Rock-of-Ages-cartaz-19abr2012.jpg>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 17. CARTAZ DO FILME “Nebraska” de Alexander Payne. 2013. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://omelete.uol.com.br/images/galerias/Nebraska/Nebraska-poster.jpg>>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 18. CARTAZ DO FILME “Os miseráveis” de Tom Hooper. 2012. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://blogs.ne10.uol.com.br/social1/files/2013/02/Os-Miseraveis-poster.jpg>>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 19. CARTAZ DO FILME “Yves Saint Laurent” de Jalil Lespert. 2014. Cartaz. Online. Disponível em: <http://www.jornalfolhadenoticias.com/wp-content/uploads/2014/04/cartaz-do-filme-yves-saint-laurent-de-jalil-lespert-1389115175574_300x420.jpg>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 20. CARTAZ DO FILME “Romance” de Guel Arraes. 2008. Cartaz. Online. Disponível em: <<https://arteeculturaunivali.files.wordpress.com/2010/07/romance-poster011.jpg>>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 21. CARTAZ DO FILME “Malévola” de Robert Stromberg. 2014. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://zerohora.clicrbs.com.br/rbs/image/16272328.jpg>>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 22. CARTAZ DO FILME “Somos tão jovens” de Antonio Carlos de Fontoura. 2013. Cartaz. Online. Disponível em: <http://s2.glbimg.com/WjcQUHHtbysxxflRwUQnYENoaXU=/s.glbimg.com/jo/g1/f/original/2013/05/07/somos_tao_jovens.png>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 23. CARTAZ DO FILME “Homem formiga” de Peyton Reed. 2015. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://cinemabh.com/wp-content/uploads/2015/01/Homem-Formiga-poster-nacional.jpg>>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 24. CARTAZ DO FILME “As viagens de Gulliver” de Rob Letterman. 2010. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://coadjuvante.com.br/wp-content/uploads/2011/01/as-viagens-de-gulliver-poster.jpg>>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 25. CARTAZ DO FILME “Amizade colorida” de Will Gluck. 2011. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://4.bp.blogspot.com/-jKfmX71FStQ/TpSb-wogCKI/AAAAAAAAAHQU/Kh2dCYMwx40/s640/Amizade-Colorida-Poster.jpg>>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 26. CARTAZ DO FILME “Kindasha Kids” de Marc-Henri Wajenberg. 2013. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://cinemavilleblog.files.wordpress.com/2013/10/kinshasa-kids-poster-kinsh.jpg>>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 27. CARTAZ DO FILME “Mais velozes, mais furiosos” de John Singleton. 2003. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://upload.wikimedia.org/wikipedia/pt/4/42/Velozes-furiosos-2.jpg>>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 28. CARTAZ DO FILME “Velozes e furiosos 6” de John Singleton. 2013. Cartaz Online. Disponível em: <<http://www.nerdice.com.br/wp-content/uploads/2013/05/velozesefuriosos6-poster.jpg>>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 29. CARTAZ DO FILME “Elena” de Petra Costa. 2012. Cartaz. Online. Disponível em: <http://3.bp.blogspot.com/-XnrwGfbP3IM/UgRV-Tn7vuI/AAAAAAAAA1c/vAVWLF-7CTo/s1600/ELENA_cartaz_1920x2880_PNG.png>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 30. CARTAZ DO FILME “Cinquenta tons de cinza” de Sam Taylor Johnson. 2015. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://4.bp.blogspot.com/->

MB9NZMhdm_k/VN5RIU_wvjI/AAAAAAABJdQ/HHK65YWUkqQ/s1600/50%2BTONS%2B
POSTER.jpg>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 31. CARTAZ DO FILME “Cisne negro” de Darren Aronofsky. 2010. Cartaz. Online.

Disponível em:

<http://2.bp.blogspot.com/_rFT6uTVZSjE/TLye9yAmlbI/AAAAAAAACLU/ziZRJ4gkuTc/s1600>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 32. CARTAZ DO FILME “Sweeney Todd – O barbeiro demoníaco da rua Fleet” de Tim Burton. 2007. Cartaz. Online. Disponível em:

<http://bizarroepitoresca.files.wordpress.com/2010/08/sweeneytodd_01.jpg>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 33. CARTAZ DO FILME “Ensaio sobre a cegueira” de Fernando Meirelles. 2008. Cartaz.

Online. Disponível em:

<<http://br.web.img3.acsta.net/medias/nmedia/18/87/00/19/19870983.jpg>>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 34. CARTAZ DO FILME “Batman – O cavaleiro das Trevas” de Christopher Nolan.

2008. Cartaz. Online. Disponível em: <http://images.fanpop.com/images/image_uploads/The-Dark-Knight-Poster-batman-489426_864_1280.jpg?1347312035607>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 35. CARTAZ DO FILME “Her” de Spike Storm. 2013. Cartaz. Online. Disponível em:

<<http://proximonivel.pt/wp-content/uploads/2013/12/her-poster-trailer-ela-noticias-pn-img.jpg>>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 36. CARTAZ DO FILME “2012” de Roland Emmerich. 2009. Cartaz. Online. Disponível

em: <<http://cartaz.ocasiao.pt/wp-content/uploads/2009/11/cartaz2012.jpg>>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 37. CARTAZ DO FILME “Lula – O filho do Brasil” de Fabio Barreto. 2009. Cartaz. Online. Disponível em: <http://kmilleproducoes.com.br/festivaldecinema/wp-content/uploads/2010/08/cartaz_lulaofilhodobrasil.jpg>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 38. CARTAZ DO FILME “Tartarugas Ninja” de Jonathan Liebesman. 2014. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://br.web.img2.acsta.net/pictures/14/07/18/13/58/562226.jpg>>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 39. CARTAZ DO FILME “O Lórax” de Kyla Balda e Chris Renaud. 2012. Cartaz. Online. Disponível em: <http://1.bp.blogspot.com/-50HyDHli_Ig/T3nvQ9GOCPI/AAAAAAAAAMdY/VPzhYfgOg4Y/s1600/O%2BLorax%2Bcartaz.jpg>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 40. CARTAZ DO FILME “Tá chovendo hamburguer” de Chris Miller e Phil Lord. 2009. Cartaz. Online. Disponível em: <http://www.carlosbarbosa.rs.gov.br/noticias/fotos/1072_1_ta_chovendo_hamburguer_poster.jpg>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 41. CARTAZ DO FILME “Homens de preto 3” de Barry Sonnenfeld. 2012. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://callmehollywood.files.wordpress.com/2012/03/mib-3.jpg>>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 42. CARTAZ DO FILME “Looper” de Rian Johnson. 2012. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://2.bp.blogspot.com/-AV0FS4FC2aw/UDXXSiCkuCI/AAAAAAAAAfeI/iWWFhGPi6MM/s1600/reflexo-assassino-poster.jpg>>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 43. CARTAZ DO FILME “Premonição 2” de David R. Ellis. 2003. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://omelete.uol.com.br/imagens/cinema/news/posters/premonicao2.jpg>>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 44. CARTAZ DO FILME “Pai por acaso” de Ken Scott. 2013. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://2.bp.blogspot.com/-iRcrpLnwfwY/Uo4PqM0f5eI/AAAAAAAAAtfQ/2HKVGNRPAKA/s1600/PAIPORACASO.jpg>>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 45. CARTAZ DO FILME “Coco antes de Chanel” de Anne Fontaine. 2009. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://semtedio.com/wp-content/uploads/2009/09/coco3.jpg>>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 46. CARTAZ DO FILME “Titanic” de James Cameron. 1997. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://gabrielritter.files.wordpress.com/2011/06/1997-titanic.jpg>>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 47. CARTAZ DO FILME “Meu malvado favorito” de Pierre Confin e Chris Renaud. 2010. Cartaz. Online. Disponível em: <http://br.web.img2.acsta.net/r_640_600/b_1_d6d6d6/medias/nmedia/18/87/89/83/20028679.jpg>. Acesso em 08 de Julho de 2015.

Figura 48. CARTAZ DO FILME “Man Up” de Ben Palmer. 2015. Cartaz. Online. Disponível em: <http://cdn.fstatic.com/media/movies/covers/2015/06/thumbs/man-up_t92098_jpg_290x478_upscale_q90.jpg>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 49 FOTOGRAFIA de litografia. 2010. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://familiasisson.files.wordpress.com/2010/02/pedra.jpg>>. Acesso em 04 de Janeiro de 2014. il.; color.

Figura 50. MILLAIS, John E. **Bolhas.** 1886. Cartaz. Online. Disponível em: <http://rlv.zcache.com.br/bolhas_1886_cartoes_postais-r13708ef3b4c447b5aa7c11196f701dbd_vgbaq_8byvr_512.jpg>. Acesso em 04 de Janeiro de 2014. il.; color.

Figura 51. CARTAZ DE DIVULGAÇÃO do Cinematographe Lumiere. 1895. Cartaz. Online. Disponível em: <<https://sites.google.com/site/arteprojectada2/lumiere.jpg>>. Acesso em 04 de Janeiro de 2014. il.; color.

Figura 52. ANDREATO, Elifas. **Mortos sem sepultura.** 1970. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://wwweducacionalcombr2.cdn.educacional.com.br/imagens/reportagens/golpede64/tortura.jpg>>. Acesso em 19 de Setembro de 2014. il.; color.

Figura 53. DUARTE, Rogério. **Deus e o Diabo na terra do sol.** 1964. Cartaz. Online. Disponível em: <http://leroidesbelges.files.wordpress.com/2012/10/deus_diabo.jpg>. Acesso em 19 de Setembro de 2014. il.; color.

Figura 54. CHERET, Jules. **Orphée aux Enfers d'Offenbach.** 1858. Cartaz. Online. Disponível em: <http://www.histoire-image.org/photo/zoom/yon08_cheret_001f.jpg>. Acesso em 04 de Janeiro de 2014. il.; color.

Figura 55. GRASSET, Eugène. **The Art of Drawing.** 1894. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://uploads8.wikipaintings.org/images/eug-ne-grasset/the-art-of-drawing-1894.jpg>>. Acesso em 04 de Janeiro de 2014. il.; color.

Figura 56. CARTAZ DE DIVULGAÇÃO da *Coca-Cola*. 2011. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://jaeh.files.wordpress.com/2007/10/cartaz1.jpg>>. Acesso em 04 de Janeiro de 2014. il.; color.

Figura 57. CARTAZ DE DIVULGAÇÃO da *Heineken*. 2011. Cartaz. Online. Disponível em: <http://1.bp.blogspot.com/_LSOcOABnRzU/TUs1G2yHfII/AAAAAAAAAA4/3BZvNcE-tOA/s320/Cartaz+-+Heiniken.jpg>. Acesso em 04 de Janeiro de 2014. il.; color.

Figura 58. CARTAZ DE DIVULGAÇÃO da banda *Coldplay*. 2011. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://www.pracadarepublicaembeja.net/wp-content/uploads/2011/12/cartaz-coldplay-porto.jpg>>. Acesso em 04 de Janeiro de 2014. il.; color.

Figura 59. CARTAZ DE DIVULGAÇÃO do *Cinematographe Lumière*. 1895. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://www.precinemahistory.net/images/lumiereposter1895large.jpg>>. Acesso em 04 de Janeiro de 2014. il.; color.

Figura 60. CARTAZ DO FILME “As aventuras de Pi” de Ang Lee. 2012. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://blogs.d24am.com/cineset/files/2013/01/As-Aventuras-de-Pi-poster.jpg>>. Acesso em 04 de Janeiro de 2014. il.; color.

Figura 61. CARTAZ DO FILME “Sem dor, sem ganho” de Michael Bay. 2013. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://omelete.uol.com.br/images/galerias/Pain-and-Gain/Sem-Dor-Sem-Ganho-poster-nacional-18Jun2013.jpg>>. Acesso em 04 de Janeiro de 2014. il.; color.

Figura 62. CARTAZ DO FILME “Se beber não case – Parte 3” de Todd Phillips. 2013. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://cinemabh.com/wp-content/uploads/2013/04/Se-Beber-N%C3%A3o-Case-Parte-3.jpg>>. Acesso em 04 de Janeiro de 2014. il.; color.

Figura 63. REPRESENTAÇÃO GRÁFICA da produção de cartazes. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://veele.wordpress.com/elaboracao-de-cartazes/>>. Acesso em 19 de Setembro de 2014. il.; color.

Figura 64. REPRESENTAÇÃO GRÁFICA da produção de cartazes. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://veele.wordpress.com/elaboracao-de-cartazes/>>. Acesso em 19 de Setembro de 2014. il.; color.

Figura 65. CARTAZ DO FILME “Se ela dança eu danço 3D” de Jon Chu. 2010. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://4.bp.blogspot.com/-9z1rQ8vBdvc/TcnaeltJQdI/AAAAAAAAASA/3GkAgrYrn2s/s1600/StepUp3D-poster.jpg>>. Acesso em 04 de Janeiro de 2014. il.; color.

Figura 66. CARTAZ DE DIVULGAÇÃO do *Jam Jar Studio*. 2010. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://lafora.com.br/wp-content/uploads/monstros2.jpg>>. Acesso em 04 de Janeiro de 2014. Il.; color.

Figura 67. CARTAZ DE DIVULGAÇÃO da banda *Dry the river*. 2011. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://www.rodrigooller.com/wp-content/uploads/2012/02/drytheriver2.jpg>>. Acesso em 04 de Janeiro de 2014. Il.; color.

Figura 68. CARTAZ DE DIVULGAÇÃO da bebida Bacardi Limón. 2014. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://www.3dlenticular.com.br/#!lenticular-o-que-e-isso/c1sdp>>. Acesso em 09 de Julho de 2015. Il.: color.

Figura 69. CARTAZ DE DIVULGAÇÃO da bebida Bacardi Limón. 2014. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://www.3dlenticular.com.br/#!lenticular-o-que-e-isso/c1sdp>>. Acesso em 09 de Julho de 2015. Il.: color.

Figura 70. CARTAZ DE DIVULGAÇÃO do filme Star Wars Episódio 3. 2005. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://www.3dlenticular.com.br/#!lenticular-o-que-e-isso/c1sdp>>. Acesso em 09 de Julho de 2015. Il.: color.

Figura 71. CARTAZ DE DIVULGAÇÃO do filme Star Wars Episódio 3. 2005. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://www.3dlenticular.com.br/#!lenticular-o-que-e-isso/c1sdp>>. Acesso em 09 de Julho de 2015. Il.: color.

Figura 72. ILUSTRAÇÃO. 2013. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://www.3dlenticular.com.br/#!lenticular-o-que-e-isso/c1sdp>>. Acesso em 09 de Julho de 2015. Il.: color.

Figura 73. ILUSTRAÇÃO. 2013. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://www.3dlenticular.com.br/#!lenticular-o-que-e-isso/c1sdp>>. Acesso em 09 de Julho de 2015. Il.: color.

Figura 74. CARTAZ DE DIVULGAÇÃO do remédio Spelle. 2013. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://www.3dlenticular.com.br/#!lenticular-o-que-e-isso/c1sdp>>. Acesso em 09 de Julho de 2015. Il.: color.

Figura 75. CARTAZ DE DIVULGAÇÃO do remédio Spelle. 2013. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://www.3dlenticular.com.br/#!lenticular-o-que-e-isso/c1sdp>>. Acesso em 09 de Julho de 2015. Il.: color.

Figura 76. ILUSTRAÇÃO. 2013. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://www.3dlenticular.com.br/#!lenticular-o-que-e-isso/c1sdp>>. Acesso em 09 de Julho de 2015. Il.: color.

Figura 77. ILUSTRAÇÃO. 2013. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://www.3dlenticular.com.br/#!lenticular-o-que-e-isso/c1sdp>>. Acesso em 09 de Julho de 2015. Il.: color.

Figura 78. FOTOGRAFIA do personagem James Bond, interpretado por **Sean Connery**. (1962). Cartaz. Online. Disponível em: <http://cdn-media.hollywood.com/images/1/Sean_Connery_007.jpg> Acesso em 04 de Janeiro de 2014. il.; color.

Figura 79. FOTOGRAFIA do personagem James Bond, interpretado por **George Lazenby**. (1969). Cartaz. Online. Disponível em: <http://www.007magazine.co.uk/factfiles/movies/actors/actors_lazenby.jpg>. Acesso em 04 de Janeiro de 2014. il.; color.

Figura 80. FOTOGRAFIA do personagem James Bond, interpretado por **Roger Moore**. (1973). Cartaz. Online. Disponível em: <<http://filmesegames.com.br/wp-content/uploads/2012/10/roger-moore-james-bond-c10102569.jpg>>. Acesso em 04 de Janeiro de 2014. il.; color.

Figura 81. FOTOGRAFIA do personagem James Bond, interpretado por **Timothy Dalton**. (1987). Cartaz. Online. Disponível em: <<http://netligado.com.br/wp-content/uploads/2012/10/Dalton-Timothy-james-bond-007.jpg>>. Acesso em 04 de Janeiro de 2014. il.; color.

Figura 82. FOTOGRAFIA do personagem James Bond, interpretado por **Pierce Brosnam**. (1995). Cartaz. Online. Disponível em: <<http://2001video.empresarial.ws/blog/wp-content/uploads/2012/10/0033.jpg>>. Acesso em 04 de Janeiro de 2014. il.; color.

Figura 83. FOTOGRAFIA do personagem James Bond, interpretado por **Daniel Craig**. (2006). Cartaz. Online. Disponível em: <<http://www.wallpapersma.com/wp-content/uploads/2013/03/Daniel-Craig-Daniel-Craig-007-Gun.jpg>>. Acesso em 04 de Janeiro de 2014. il.; color.

Figura 84. CENA DE ABERTURA dos filmes de 007. (1962). Cartaz. Online. Disponível em: <<http://www.solteirapolitano.com.br/wp-content/uploads/2012/04/0075.jpg>>. Acesso em 04 de Janeiro de 2014. il.; color.

Figura 85. LISTA DE FILMES de 007. (1962 – atualmente). Cartaz. Online. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/James_Bond>. Acesso em 04 de Janeiro de 2014. il.; color.

Figura 86. JOGO 007 para videogame Colecovision. (1983). Cartaz. Online. Disponível em: <http://www.007collector.com/bond/wp-content/uploads/2012/05/parker_Colecovision-game1.jpg>. Acesso em 04 de Janeiro de 2014. il.; color.

Figura 87. JOGO 007 para videogame Colecovision. (1983). Cartaz. Online. Disponível em: <http://cdn1.sponge.com/screen-shot/j/a/jamesbond01965211/_-James-Bond-007-Colecovision-.gif>. Acesso em 04 de Janeiro de 2014. il.; color.

Figura 88. PERFUMES 007. (2012). Cartaz. Online. Disponível em: <<http://www.punmiris.com/himg/o.19330.jpg>>. Acesso em 04 de Janeiro de 2014. il.; color.

Figura 89. RELÓGIO Ômega 007. (2012). Cartaz. Online. Disponível em:

<<http://4.bp.blogspot.com/->

[uIWS3UUKKno/T0V11DeeDWI/AAAAAAAAABHE/K8gYM0vlpPc/s1600/omega_007_interna.jpg](http://4.bp.blogspot.com/-uIWS3UUKKno/T0V11DeeDWI/AAAAAAAAABHE/K8gYM0vlpPc/s1600/omega_007_interna.jpg)>. Acesso em 04 de Janeiro de 2014. il.; color.

Figura 90. UNDERWATER SCOOTER Seabob F7. (2010). Cartaz. Online. Disponível em:

<<http://www.seabob.com/en/>>. Acesso em 13 de março de 2014

Figura 91. CARTAZ DO FILME “007 – Contra o santânico Dr. No” de Terence Young. 1962.

Cartaz. Online. Disponível em: <<http://mixfilm.fr/media/cover/1011-dr-no-full.jpg>>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 92. CARTAZ DO FILME “007 – Viva e deixe morrer” de Guy Hamilton. 1973. Cartaz.

Online. Disponível em: <http://mlb-s1-p.mlstatic.com/poster-cartaz-007-com-007-viva-e-deixe-morrer-14715-MLB163679206_7821-O.jpg>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 93. CARTAZ DO FILME “007 – Contra Octopussy” de John Glen. 1983. Cartaz. Online.

Disponível em: <<http://3.bp.blogspot.com/->

[hyZsxuPLvSw/UI3v3Eoa7JI/AAAAAAAAA8I/cMvRR16U8aQ/s400/007+Contra+Octopussy+\(1983\).jpg](http://3.bp.blogspot.com/-hyZsxuPLvSw/UI3v3Eoa7JI/AAAAAAAAA8I/cMvRR16U8aQ/s400/007+Contra+Octopussy+(1983).jpg)>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 94. CARTAZ DO FILME “007 – Contra GoldenEye” de Martin Campbell. 1995. Cartaz.

Online. Disponível em:

<http://www.queroposters.com.br/media/catalog/product/cache/1/image/800x800/9df78eab33525d08d6e5fb8d27136e95/c/0/c0610_-_p_ster_goldeneye.jpg>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 95. CARTAZ DO FILME “007 – Cassino Royale” de Martin Campbell. 2006. Cartaz.

Online. Disponível em: <<http://cinemacomrapadura.com.br/imagens/2014/07/20140728-007-cassino-royale-poster.jpeg>>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 96. CARTAZ DO FILME “007 – Operação Skyfall” de Sam Mendes. 2012. Cartaz.

Online. Disponível em:

<<http://omelete.uol.com.br/static/uploads/conteudo/populares/ZjgxZDZhYmIxYzQwNjZiYWY1NDE4YjUyNzY0ZTgwZjQ.jpeg>>. Acesso em 10 de Setembro de 2014.

Figura 97. TABELA DE ANÁLISES DAS TÉCNICAS DA COMUNICAÇÃO VISUAL DO CARTAZ CINEMATOGRAFICO. “Do autor”.

Figura 98. TABELA DE ANÁLISES DOS ELEMENTOS DO CARTAZ CINEMATOGRAFICO. “Do autor”.

Figura 99. TABELA DE ANÁLISES DOS ELEMENTOS DA COMUNICAÇÃO VISUAL DO CARTAZ CINEMATOGRAFICO. “Do autor”.

Figura 100. PROCESSO DE IMPRESSÃO em lentes lenticulares. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://www.3dgraf.com.br/o-que-e-lenticular>>. Acesso em 04 de Janeiro de 2014. il.; color.

Figura 101. FOLHAS LENTICULARES. Cartaz. Online. Disponível em: <<http://www.3dgraf.com.br/tabela-folha-lenticular/>>. Acesso em 04 de Janeiro de 2014. il.; color.

Figura 102. PROJETO FINAL 1ª imagem. “Do autor”.

Figura 103. PROJETO FINAL 2ª imagem. “Do autor”.