

DESIGN E DESENHO NA TERRA DO CINEMA: ANÁLISE ESTÉTICA DA ARTE DE ROGÉRIO DUARTE

Design and Drawing on Movie Land: an Aesthetic Analysis of Rogério Duarte's

Art Diseño y Diseño en la Tierra del Cine: Análisis Estético del Arte de Rogério Duarte

Thomas Gonçalves

Membro do projeto de pesquisa “Design e desenho na terra do cinema: análise estética da arte de Rogério Duarte”. Graduado do Curso de Jornalismo da FAC-UnB.

E-mail: tonyjeff@hotmail.com.

Suzana Guedes Cardoso

Professora e pós-doutora do Computer Science Department, Brunel University, Londres, Reino Unido. Doutora do Programa de Pós-graduação da Universidade de Brasília. Docente do Departamento de Jornalismo, Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília. Orientadora do projeto de pesquisa “Design e desenho na terra do cinema: análise estética da arte de Rogério Duarte”, do Edital de Iniciação Científica PROIC-UnB/2015-2016.

E-mail: suzana@unb.br

Resumo

Estudo sobre o cartaz de Rogério Duarte para o filme Deus e o diabo na terra do Sol, de Glauber Rocha. Analisou-se a história do cartaz. Posteriormente, examinaram-se movimentos artísticos que exploram essa mídia como parte integrante da mensagem. Depois, comentam-se alguns dos mais representativos cartazes de filmes brasileiros. Finalmente, discute-se a referida arte de Duarte, sob a perspectiva do repertório do artista gráfico e do contexto histórico. O projeto baseou-se principalmente em referências bibliográficas e análises de cartazes.

Palavras-chave: cartaz; cinema; Rogério Duarte; Deus e o diabo na terra do Sol; design gráfico

Abstract

Study about Rogério Duarte's poster for Glauber Rocha's film Black God, white devil. It has been analysed the history of the poster as a medium. Afterwards it has been examined artistic movements which used this medium as part of the message. Then some of the most important posters of Brazilian films are commented. Finally the referred Duarte's art is discussed under the perspective of his works and the historical context. This project was based mainly on bibliographic references and analysis of posters.

Keywords: posters; movie theater; Rogério Duarte; Deus e o diabo na terra do Sol; graphic design

Resumen

Estudio sobre el cartel de Rogério Duarte para el filme Dios y el diablo en la tierra del Sol, de Glauber Rocha. Fue analizada la historia del cartel como medio de comunicación. Posteriormente, se han examinado movimientos artísticos que exploraran esa media como parte integrante de la mensaje. Después, algunos de los más representativos carteles de filmes brasileños fueron comentados. Finalmente, es discutida la referida arte de Duarte, bajo la perspectiva del repertorio del artista gráfico y del contexto histórico. El proyecto es basado principalmente en referencias bibliográficas y en análisis de carteles.

Palabras clave: posters; cine; Rogério Duarte; Deus e o diabo na terra do Sol; diseño gráfico

Introdução

Este artigo tem como objetivo apresentar uma análise sobre o cartaz de Rogério Duarte para o filme Deus e o diabo na terra do Sol, destacando sua capacidade icônica de, com poucos elementos, expressar tão bem os valores retratados na película de Glauber Rocha. Para tanto, é feita uma breve exposição da trajetória histórica do gênero “cartaz” e são examinados movimentos artísticos que exploraram essa mídia como parte integrante da mensagem. A contextualização se amplia com a apresentação de cartazes representativos de filmes brasileiros. Em seguida, abordam-se brevemente os dados biográficos de Rogério Duarte, e sua arte é analisada sob a perspectiva do repertório do artista gráfico e do contexto histórico. A metodologia utilizada consistiu em pesquisa bibliográfica e análise de cartazes a partir da leitura de imagens.

I. A história do cartaz

Desde muito cedo, civilizações perceberam a necessidade de comunicar à população diferentes informações: leis, fatos relevantes ou simplesmente ofertas comerciais. Há quem credite, como antecessores dos cartazes, as antigas estelas esculpidas há milênios, como o monólito em que consta o Código de Hamurabi, encontrado na atual região de Susa, Irã, em 1901. Os egípcios também faziam muito uso de pedras esculpidas para informar sua população.

Contudo, atribui-se a gregos e romanos a popularização, no Ocidente, do uso de anúncios em papiro, além de placas e de pinturas na parede (Metzl, 1963). Um dos raros exemplares sobreviventes desse período é um cartaz oferecendo recompensa por um escravo fugitivo encontrado em Tebas, Grécia (Sontag, 1999). Uma característica comum a essas peças informativas era sua singularidade: pintadas a mão, tinham reprodutibilidade limitada.

Essa limitação começou a ser mitigada, no Ocidente, com o desenvolvimento da prensa com tipos móveis, atribuído ao alemão Johannes Gutenberg, por volta de

1440 (Eisenstein, 2005). Não tardou para começarem a ser impressos cartazes. O exemplar mais antigo conhecido data de 1491 e é a divulgação de um livro ilustrado de Melusina, figura do folclore europeu similar a uma seireia, editado por Gerhard Leeu, da cidade de Antuérpia, Países Baixos (Carvalho, 2008).

O recurso de imagens foi muito explorado para a comunicação com um público amplamente semianalfabeto. Ainda assim, não havia preocupação com um design mais sofisticado para os cartazes, em sua grande maioria pensados apenas para atender determinada função.

O advento da litografia, atribuído ao alemão Alois Senefelder, em 1796, seria novo marco na trajetória do cartaz. Para Marcus Verhagen, surgem os meios para a produção do cartaz moderno, não mais meramente anúncios em preto e branco (Verhagen, 2004). A partir de então, a reprodução de desenhos e cores poderia ser feita de maneira mais eficiente e com custo mais baixo, o que chamou a atenção de artistas franceses em meados do século XIX, especialmente os pós-impressionistas, como Édouard Manet, Paul Cézanne, Pierre Bonnard e Henri de Toulouse-Lautrec. A este último é creditada a consagração do cartaz como suporte de obras de arte.

Na virada do século XIX para o XX, surge o estilo Art nouveau, considerado predecessor do Modernismo. Ainda existe influência de estilos anteriores, expressa, por exemplo, na profusão de ornamentos. Ainda assim, o Art nouveau foi uma reação ao academismo nas artes, baseando-se em formas mais orgânicas e motivos botânicos.

Além disso, o estilo recebeu diferentes influências, como o japonês Ukyo-e, o inglês Arts and Crafts e pinturas pré-rafaelitas, além do romantismo, que pregava a fuga da urbanização e o escapismo para a natureza (Duncan, 1994).

O Art nouveau desenvolveu-se durante a crescente popularização do cartaz impresso por litografia. A maioria dos principais artistas desse movimento usou o cartaz, como: Orazi, de Feure, Livemont, Toussaint, Hohenstein, Metlicovitz, Bradley, Penfield, Toorop, van Caspel, Beardsley, Klimt e Moser (Heller, 2001).

O Art nouveau entra em decadência com o início da

Primeira Guerra Mundial, sendo, antes de seu ocaso, transitado para o Art déco, de estilo mais geométrico e limpo. Era o prenúncio de um novo estilo, reforçado por vanguardas de transição como De Stijl, Futurismo e Cubismo (ARGAN, 1992). Era o Modernismo, em suas diversas vertentes – como Construtivismo, Bauhaus e Suprematismo –, que permearia cada vez mais as manifestações culturais.

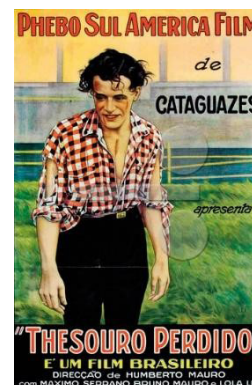
A ruptura se dá tanto com o Academismo quanto com o Art nouveau, buscando-se formas geométricas de ângulos retos, cores primárias e a eliminação de ornamentos supérfluos, além da valorização da industrialização, do urbanismo e do futuro (Argan, 1992). Com o aprofundamento da segunda revolução industrial, o processo gráfico se moderniza e é disseminado, permitindo o desenvolvimento do design gráfico.

Leiautes passam a evitar composições rígidas clássicas, tipografias mais limpas são desenhadas e integra-se a fotografia por meio de colagens e técnicas de sobreposição. Mais tardiamente, em meados dos anos 1950, a chamada Escola Suíça, ou Estilo Internacional, aprofundaria o Modernismo especialmente na tipografia, desenvolvendo fontes como a Helvetica, de Max Miedinger e Eduard Hoffmann, em 1957 (Argan, 1992).

1.1 O cartaz de cinema no Brasil

O desenvolvimento do cartaz no Brasil foi atrasado, em parte, pelas mesmas razões que limitavam a imprensa em inícios do século XIX: a censura e o monopólio estatal da atividade por muitos anos, havendo constantes avanços e recuos. Isso desestimulava o investimento privado em gráficas.

A tradição do cartaz de cinema no Brasil teria, assim, baseado-se, inicialmente, em cartazes do teatro. Primeiramente, divulgando-se o filme em placas e espelhos pintados à mão. Quando os primeiros cartazes de cinema começaram a ser impressos, eram muito funcionais: apresentavam, no geral, apenas dizeres com o título, o gênero, o horário e o local da exibição (Ramos et al, 2004).



Cartaz de Tesouro perdido (1927), de Edgar Brasil.

Cartaz de Tesouro perdido (1927), de Edgar Brasil. O cartaz de Tesouro perdido (1927), de Humberto Mauro, destaca-se de exemplares anteriores, por adotar um padrão estabelecido pela indústria cinematográfica estadunidense: o star system, o qual explora a imagem dos atores, especialmente seus rostos, alçando-os à categoria de astros – personalidades a ser admiradas e copiadas. O autor da arte, Edgar Brasil, elege uma cena do filme e a reproduz em ilustração, colorida em quadricromia (Ibid.).

Não terá sido o primeiro cartaz de cinema brasileiro com essas características, mas definitivamente aquele que consolida esse modelo. As limitações técnicas do período consolidam uma técnica que teria quase hegemonia até recentemente: a ilustração à mão do cartaz em vez do uso de montagens fotográficas. Pelo menos até fins dos anos 1980, a ilustração à mão foi a norma para os grandes letreiros de fachada das salas de cinema, visto que as grandes impressoras plotter ainda não haviam sido popularizadas no Brasil.

O cartaz de Tesouro perdido (1927), de Humberto Mauro, destaca-se de exemplares anteriores, por adotar um padrão estabelecido pela indústria cinematográfica estadunidense: o star system, o qual explora a imagem dos atores, especialmente seus rostos, alçando-os à categoria de astros – personalidades a ser admiradas e copiadas. O autor da arte, Edgar Brasil, elege uma cena do

filme e a reproduz em ilustração, colorida em quadricromia (Ibid.).

Não terá sido o primeiro cartaz de cinema brasileiro com essas características, mas definitivamente aquele que consolida esse modelo. As limitações técnicas do período consolidam uma técnica que teria quase hegemonia até recentemente: a ilustração à mão do cartaz em vez do uso de montagens fotográficas. Pelo menos até fins dos anos 1980, a ilustração à mão foi a norma para os grandes letreiros de fachada das salas de cinema, visto que as grandes impressoras plotter ainda não haviam sido popularizadas no Brasil.

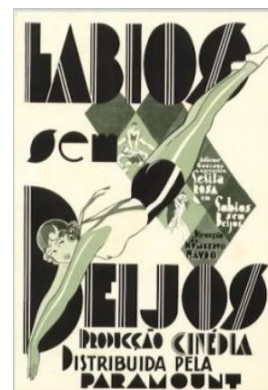


Cartaz de Brasa dormida (1928), de Humberto Mauro.

Um exemplo de o quão rápido esse padrão se estabeleceu é o cartaz de Brasa dormida (1928), de Humberto Mauro. Novamente, uma ilustração reproduz uma cena em que aparecem os astros do filme. Algo perceptível no cartaz é a reduzida quantidade de cores da arte, não por limitação técnica, mas sim financeira, visto que os custos de impressão em quadricromia seriam elevados por muitos anos. Apesar de o processo offset ter chegado ao Brasil já nos anos 1920, esse demoraria para se difundir.



Cartaz de Barro humano (1929), de Adhemar Gonzaga



Cartaz de Lábios sem beijos (1930), de Alfredo Mucilo

Dois exemplos notórios de exceção ao padrão de design calçado no star system que começava a se estabelecer no Brasil foram os cartazes de Barro humano (1929), de Adhemar Gonzaga, e de Lábios sem beijos (1930), de Humberto Mauro. No primeiro caso, a arte traz referências claras ao Art nouveau, com ornamentos, tipografia orgânica e figura feminina semidesnuda. O segundo, criado por Alfredo Mucilo, explorou o estilo Art déco, com linhas retas e palheta de cores sóbria (Ibid.). Em comum, esses filmes fizeram parte de um projeto modernizador idealizado por parte da burguesia carioca, que, ao final dos anos 1930, ansiava pelo modelo de sociedade observado nos filmes estadunidenses.

Os signos eleitos para esse ideal modernizante, como o cinema, o telefone, o carro e o arranha-céu, denotam uma lógica excludente que desqualifica quem não tinha condições de usufruir esses bens de consumo. Nos filmes, a maioria dos protagonistas pertence à elite, retratada como sendo rica, culta e educada. Os heróis, porém, contestam os hábitos considerados ultrapassados, especialmente os que cerceiam a liberdade feminina. As duas produções foram pensadas para o público que frequentava as caras salas de cinema do centro trajado elegantemente. Nesse contexto, os estilos escolhidos para os cartazes – Art nouveau e Art déco – eram referenciais do sofisticado e do moderno, ainda que, no estrangeiro, esses estilos estivessem em franca decadência (Benton, et al., 2010).

Compreende-se que a estética dos dois filmes, inclusive suas peças de publicidade, afastam-se dos filmes com apelo mais popular do período.

O cartaz de *Ganga bruta* (1933), também de Humberto Mauro, por sua vez, segue o estilo proposto por Edgar Brasil – o star system – para *Tesouro perdido* (Ramos & Miranda, 2004). Ainda que haja variações ao longo dos anos seguintes quanto ao uso de foto ou ilustração, é esta que predomina na produção gráfica de cartazes de filmes brasileiros. A tipografia geralmente escolhida é sem serifa, havendo também muitos casos de letras cursivas – geralmente para realçar o caráter cômico, inocente ou refinado do filme – ou de serifa quadrada. Ainda, é comum o uso de tipo didone (serifa moderna) ou de tipo display – este, especialmente em comédias



Cartaz de Ganga bruta (1933), de Humberto Mauro

Gradualmente, a importância do cartaz foi reconhecida, e o vínculo entre produtores e artistas foi aprofundando-se. Muitos designers passaram a desenvolver a identidade visual para determinada produtora. Assim, Aldo Cavo era o principal responsável pelos cartazes da Vera Cruz, Jayme Cortez desenhava os de Mazzaropi, Jaymeson Gomes Ferreira os da Cinedistri e Creusa de Oliveira – primeira mulher nesse segmento – os da Atlântida (Ibid.).

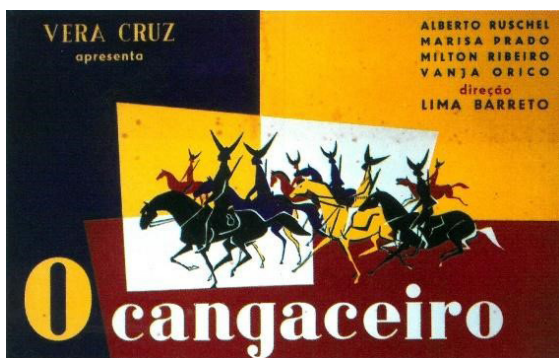


Cartaz de Esse milhão é meu! (1959), de Creusa de Oliveira



Cartaz de Zé do Periquito (1960), de Jayme Cortez

Algo que vai diferenciar os cartazes de meados dos anos 1930 daqueles de meados dos anos 1950 é, especialmente, a limpeza da diagramação. A partir da arte desenvolvida por Aldemir Martins para *O cangaceiro* (1953), de Lima Barreto, os cartazes passam a apresentar menos elementos e a eleger um ponto focal para a peça – geralmente, o protagonista (Ibid.). Eliminam-se, gradualmente, as montagens que poluíam a arte com cenas adicionais de filme, créditos, críticas, sinopses e destaques de participações especiais. O design do cartaz de Martins, contudo, ainda importa muito do repertório imagético estabelecido: a ilustração feita à mão, as cores vibrantes e o acúmulo de informação.



Cartaz de O cangaceiro (1953), de Aldemir Martins

O cenário começa a mudar com o advento do Cinema Novo, movimento cinematográfico brasileiro muito inspirado no Neorealismo italiano e pela *nouvelle vague* francesa. Uma nova geração de cineastas brasileiros propõe filmes mais realistas e engajados, com menor custo de produção, rejeitando o modelo do *star system*. Essa postura crítica refletiu-se, inclusive, nos cartazes projetados para esses filmes. O filme considerado marco nessa nova era é *Rio, Zona Norte* (1957), de Nelson Pereira dos Santos. O design do cartaz de Scliar é, claramente, uma ruptura em relação à estética anterior. O uso da fotografia, a limpeza do leiaute e uma diagramação diagonal da esquerda para a direita, de cima para baixo, conforme a *gestalt* do olho humano, sugerem um design diferenciado (Ibid.). Scliar usa

a fonte Futura, criada por Paul Renner em 1927 inspirado nos ideais da Bauhaus (Argan, 1992). Geométrica e limpa, a Futura popularizou-se nos anos 1950 e 1960 por imprimir um visual limpo, moderno e impactante.



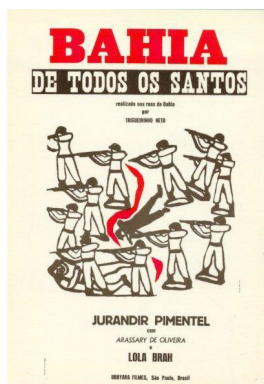
Cartaz de Rio, Zona Norte (1957), de Scliar, um marco nos cartazes de cinema brasileiro

Em relação às cores, embora não seja uma regra, existe uma tendência pela exploração do branco do papel, o preto e o vermelho, ou algum tom quente próximo a esse. Essa paleta de cores – branco, preto e vermelho – está historicamente associada tanto a movimentos sociais, como o socialismo e o anarquismo, quanto a movimentos culturais modernistas, como De Stijl, Construtivismo, Bauhaus, Suprematismo e Estilo Internacional.

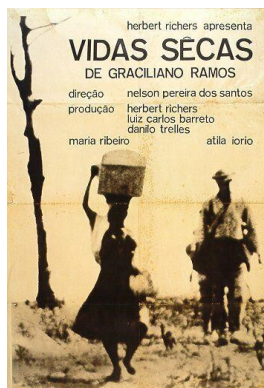
Apesar de os cartazes do Cinema Novo seguirem, em linhas gerais, a estética modernista, não existe padronização rígida entre eles, apresentando cada um sua identidade própria. Alguns são considerados obras de arte. É o caso do cartaz criado por Lina Bo Bardi para *Bahia de Todos os Santos* (1960), de José Hipólito Trigueirinho Neto, assim como os dois assinados por Lygia Pape: *Mandacaru vermelho* (1961) e *Vidas secas* (1963), ambos de Nelson Pereira dos Santos (Ramos & Miranda, 2004).

Por fim, os cartazes de Calasans Neto para *Barravento* (1961), de Glauber Rocha, e para *Tocaia no asfalto* (1962), de Roberto Pires, fecham o ciclo que antecede o objeto principal deste ensaio. Ambos os cartazes apresentam arte minimalista

feita em xilogravura, com silhuetas de objetos diretamente relacionados aos filmes, estampados em uma cor. Ambos remetem, a seu modo, à literatura de cordel (Ibid.). O cartaz de Tocaia no asfalto é uma releitura dos clássicos cartazes de faroeste, com tipografia de serifa quadrada contraposta por outra mais leve, sem serifa e condensada. O de Barravento, por sua vez, apresenta o peixe amarelado, apagado, voltado para a frente, conforme a direção normal de leitura, amparado por um arpão, a representar os pescadores ignorantes; em contraposição, o peixe preto, destacado, virado para a direção oposta da direção de leitura, a representar Firmino, o jovem negro que se emancipa.



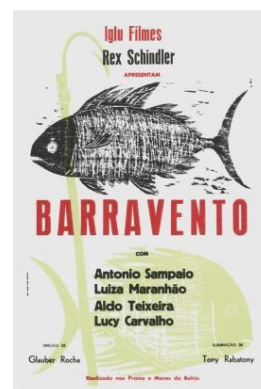
Cartaz de Bahia de Todos os Santos (1960), de Lina Bo Bardi



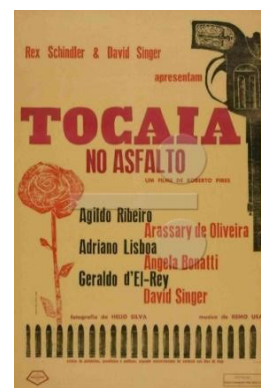
Cartaz de Vidas secas (1963), de Lygia Pape



Cartaz de Mandacaru vermelho (1961), de Lygia Pape



Cartaz de Barravento (1961), de Calasans Neto



Cartaz de Tocaia no asfalto (1962), de Calasans Neto

Durante os anos 1970, ambos os estilos, fotomontagem e ilustração, coexistiriam no design de cartazes de filmes brasileiros. A ilustração teria muita força no segmento da pornochanchada e da comédia, ao passo que a fotomontagem se firmaria em produções independentes. Eventualmente, o modelo do star system regressaria com força e preocupações comerciais teriam mais força do que as estéticas no desenho de cartazes.

2. Rogério Duarte

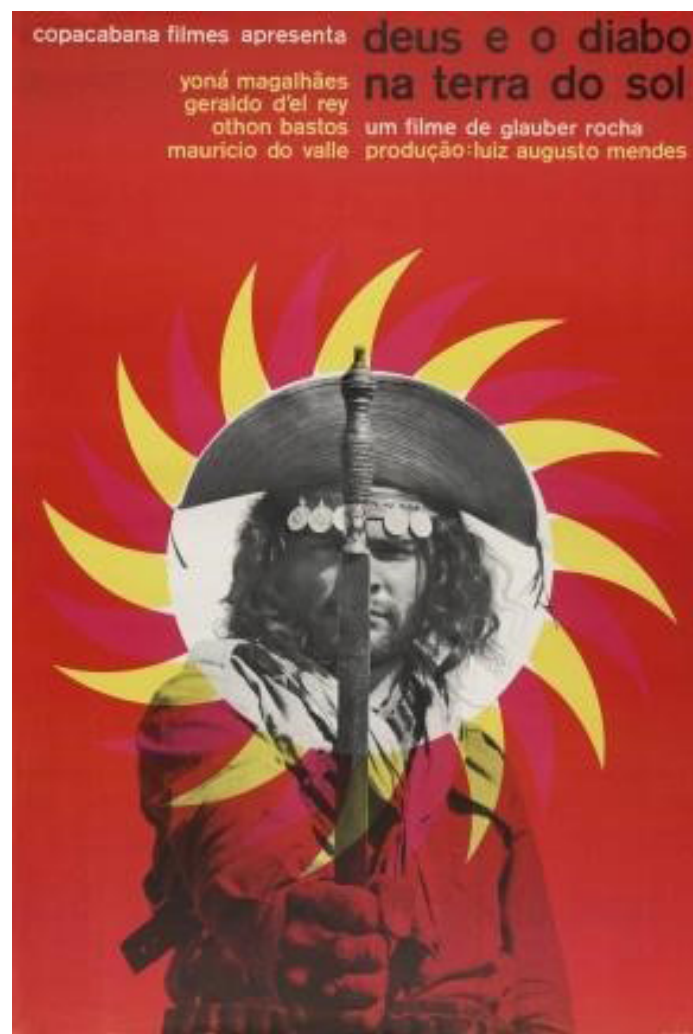
Nascido em Ubaira, Bahia, em 1939, Rogério Duarte Guimarães é, além de designer, escritor, músico e tradutor. Nos anos 1960, muda-se para o Rio de Janeiro, ingressando nos cursos de artes gráficas da Escola de Belas-Artes do Rio de Janeiro e de tipografia do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro.

Torna-se diretor de arte da União Nacional dos Estudantes (UNE) e da Editora Vozes. É nesse período que se aproxima de Glauber Rocha e cria o cartaz para Deus e o diabo na terra do Sol. O cartaz teve enorme impacto no design brasileiro, tornando-se referência mundial. É um dos casos em que cartaz e filme constituem-se em obra única, inseparável. Duarte também criaria para Rocha o cartaz de A idade da Terra (1980).

Em 1965, Duarte se envolveria com o movimento artístico Tropicália, por meio de Caetano Veloso. Criaria as capas dos álbuns Caetano Veloso (1968), de Caetano Veloso, e Gilberto Gil (1968), de Gilberto Gil. Ambas as artes apresentam visual psicodélico e elementos brasileiros, em um processo antropofágico de misturar referências estrangeiras com nacionais, transformando em algo novo, similar ao proposto por Oswald de Andrade em seu manifesto de 1928. Em linhas gerais, essa era exatamente a proposta da Tropicália (Calado, 1997).

Duarte foi preso em abril de 1968 junto com seu irmão, Ronaldo, sendo torturado por agentes do regime militar. O caso mobilizou o meio artístico e foi acompanhado pelo jornal Correio da Manhã, que publicou carta coletiva pedindo a libertação dos irmãos. Rogério Duarte passaria a apresentar, por muitos anos, problemas psicológicos, como seqüela das torturas sofridas. Viria a ser internado várias vezes e chegaria a destruir parte de seu acervo. Isso não o impediria, todavia, de voltar contribuir para com o design brasileiro.

2.1 O cartaz de Deus e o diabo na terra do Sol



Cartaz de Deus e o diabo na terra do Sol (1964), de Rogério Duarte

Existem evidentes características no cartaz de Deus e o diabo na terra do Sol que indicam influências construtivis-

tas, na composição, e do Estilo Internacional, na tipografia. A fotomontagem, as cores, a tipografia sem serifa, o leiaute limpo e o uso de formas geométricas são o indício disso. O autor do cartaz, Rogério Duarte, afirma ter-se inspirado na obra de Sergei M. Eisenstein. Duarte, todavia, não adere totalmente aos princípios construtivistas em sua arte.

Aumenta a complexidade da linguagem ao sobrepor elementos e camadas cromáticas – inclusive com um sobretom de magenta e vermelho que pode causar dificuldades de reprodução.

O vermelho, classicamente associado ao calor, ao sangue e à paixão, também se refere à revolução e à rebeldia. Por um lado, refere-se à realidade do sertão bárbaro, por outro, aos ideais imbuídos no filme.

Lançado em junho de 1964, dois meses após o golpe militar que destituiu João Goulart da presidência da República, pode-se imaginar o impacto que as cores do cartaz devem ter causado na opinião pública.

Em um campo vermelho, a silhueta de um sol, similar a desenhos feitos em xilogravura para cordel, desponta em raios magentas e amarelos – as duas cores que, juntas, compõem a tonalidade de fundo.

Seu centro emana do rosto do cangaceiro, que olha desafiador para o leitor. A força do cartaz concentra-se na fotomontagem, para onde os olhos são direcionados. O fotograma usado para o leiaute é da cena em que o cangaceiro Corisco se benze com sua peixeira, preparando-se para o encontro com o jagunço Antônio das Mortes.

O Sol é adorado como divindade em muitas culturas – não raro, é o principal deus, criador da vida e do universo. Na mitologia egípcia, Rá é associado ao renascimento (Hart, 1996). Hélio, para os gregos, era onisciente (Burkert, 1982). Os romanos viam Sol como destruidor e invencível. Para muitos povos tupis, Guaraci criou todas as criaturas (Munduruku, 2005). De certa forma, o cangaceiro, no sertão, está acima do bem e do mal, decidindo quem continua vivo. Inteira-se de tudo o que acontece na caatinga e muitos o veem como imortal.

O tratamento dado à tipografia também foge ao pregado pelo Estilo Internacional, dificultando a clareza do texto. Ainda em relação ao texto, causou grande polêmica à época por ter-se grafado “Deus” com minúsculas.

Todas as informações textuais foram, no cartaz, blocadas em quatro conjuntos na parte superior, diferenciando-se por tamanho ou cor: a produtora, o título, os atores e a direção. A proximidade de toda essa informação pode causar certo desconforto, pois a ordem de leitura pode confundir-se e não há contraste suficiente entre os pesos de cada bloco.

A tipografia escolhida para os dizeres é uma variação da Helvetica. Para muitos designers, fontes sem serifa são mais legíveis e melhor adequada para títulos. Imprimem, também, caráter moderno à composição, por romperem com a tradição das serifas.

Por cada um dos elementos do cartaz, é possível perceber um continuum entre este e o filme, tornando-os indissociáveis. A relação dialógica entre ambos se dá pela representação similar de signos em comum, fazendo uso do mesmo repertório, ainda que por linguagens distintas – gráfica para um, audiovisual para o outro.

Para Célia Kinuko Matsunaga Higawa, professora da Universidade de Brasília (UnB) formada em desenho e artes plásticas, o cartaz de Duarte é, sem dúvidas, um ícone do design brasileiro. Para ela, a influência exercida pelas limitações técnicas e financeiras na composição do cartaz foram muito grandes.

O cartaz de Deus e o diabo na terra do Sol insere-se, assim, na tendência seguida pelos cartazes de outros filmes do Cinema Novo, que, como esses, procuraram romper, de alguma forma, com costumes passados. No caso, nota-se a insatisfação em compreender o cartaz meramente como veículo publicitário, sem qualquer pretensão contestatória nem artística.

É compreensível que, assim como os filmes, esses cartazes de inícios dos anos 1960 incomodassem de alguma forma o público, por sua compreensão difícil. Negava-se, porém, o conformismo, acreditando-se que o indivíduo seria capaz de apreender a informação transmitida. A sociedade brasileira passava por drásticas mudanças, e suas manifestações culturais não poderiam permanecer neutras.

3. Considerações

O cartaz de Deus e o diabo na terra do Sol não foi o primeiro a romper com a estética predominante até então

nesse tipo de mídia. As ilustrações feitas a mão, o excesso de informação e tipologias extravagantes foram, paulatinamente, dando espaço para uma linguagem visual mais limpa e objetiva. O cartaz de O cangaceiro, que precede em seis anos a citada arte de Rogério Duarte, já desponta como exemplo dessa tendência.

O modernismo nas artes gráficas finalmente se expressava nos cartazes de cinema, acompanhando o modernismo do Cinema Novo. A fotografia, o geometrismo, as cores primárias e a xilogravura passaram a ser usadas para explorar possibilidades visuais e conectar conceitualmente a peça gráfica ao filme. Assim como Duarte, outros artistas, como Calasans Neto, Pires, Bo Bardi e Pape, também experimentaram princípios da Bauhaus e do construtivismo russo.

O êxito obtido com a exibição de Deus e o diabo na terra do Sol, bem como o contexto político daquele momento – o golpe militar de 1964 –, ajudaram a promover o cartaz de Duarte. Contudo, o que torna tão icônica a arte de Duarte para esse filme não é seu ineditismo, mas sim seu valor artístico em si. A capacidade de, com poucos elementos, expressar tão bem os valores retratados na película de Glauber Rocha.

Referências

Albertino, S. (2006). O cartaz de cinema no final dos anos 60 e início dos anos 70. Anais do V Simpósio do LaRS – Ilícite Errore: transgressão ou impertinência? Rio de Janeiro: PUC-RJ.

Albertino, S. (2014). Cartazes do cinema brasileiro: imagem e imaginário social (Dissertação de mestrado não publicada) PUC-RJ, Brasil.

Argan, G. C. (1992). Arte moderna. São Paulo: Companhia das Letras.

Benton, C., Benton, T., & Wood, G. (2010). L'art déco dans le monde: 1910-1939. Bruxelas: Renaissance du Livre.

Burke, C. (1998). Paul Renner: the art of typography. Londres: Hyphen Press.

Burkert, W. (1985). Greek religion. Cambridge: Harvard University Press.

Carvalho, A. L. P. de (2008). Da película ao cartaz: uma análise do design do cartaz de “Deus e o diabo na terra do Sol”. (Dissertação de mestrado não publicada) Universidade Anhembi Morumbi, Brasil.

Duncan, A. (1994). Art nouveau: world of art. Nova Iorque: Thames and Hudson, 1994.

Eisenstein, E. (2010). The printing revolution in early modern Europe (2ª ed.). Nova Iorque: Universidade de Cambridge, 2005.

Hart, G. (1986). A dictionary of Egyptian gods and goddesses. Londres: Routledge & Kegan Paul Inc.

Heller, S.; & Chwast, S. (2001). Graphic style from Victorian to digital. New York: Harry N. Abrams Inc.

Munduruku, D. (2010). Contos indígenas brasileiros (2ª ed.). São Paulo: Global.

Prioste, M. (2005). O design e o cartaz na terra do cinema. In: MOURA, Mônica. (Org.). Design, arte e tecnologia: espaço e trocas. São Paulo: Rosari, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro e Universidade Anhembi Morumbi. 1 CD.

Quintana, H. G. (1995). Cartaz, cinema e imaginário. (Dissertação de mestrado não publicada) UNICAMP, Brasil.

Quintana, H. G. (2005). Marketing de cinema: a promoção de filmes na era digital. (Tese de doutoramento não publicada) UNICAMP, Brasil.

, F., & Miranda, L. F. (2004). Enciclopédia do cinema brasileiro (2ª ed.). São Paulo: SENAC.

Publicações de Suzana Guedes Cardoso

Cardoso, S. G., Meireles, R. G., Araújo, G. L., Cappi, L. G. A. (2010). *Jornalismo Visual: a ilustração e diagramação de revista enquanto construção da sintaxe visual da reportagem*. In: XIX Intercom Centro-Oeste, XXIV Exposição de Pesquisa Experimental em Comunicação, Edição 2017. Cuiabá: UFMT.

Cardoso, S. G., Oliveira, E. C., Jorge, T. M., & Medeiros Neto, B. (2016). *Experiencias de convergencia en Brasil y Costa Rica. Análisis del proceso de integración en redacciones periodísticas. Los casos de Correio Brasiliense, O Globo y La Nación*. In: XIII Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación: Memorias de Congreso ALAIC 2016. Cidade do México: Universidad Autónoma de México.

Cardoso, S. G., Oliveira, E. C., Jorge, T. M., Ishikawa, Ed., Deon, V. H. A., Sagmeister, L., & Laval, L. A. (2016). *Uso de Ontologias no Jornalismo Semântico*. In: VI Encontro Nacional da União Latina da Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (ULEPICC) – Capítulo Brasil. Brasília: Universidade de Brasília.

Cardoso, S. G., Moura, D. O., Ramalho, A., Bastos, A., Katayama, A. L., Kalume, A. C., ..., & Amate, T. (2015). *Integração de TICs ao processo de ensino-aprendizagem na FAC/UnB – projeto de pesquisa ComClick*. In: Rosa, M. V. R. (Org.). *Convergência: o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação no ensino presencial e a distância da UnB* (Vol. 1, pp. 365-400). Brasília: Editora UnB.

Cardoso, S. G., Moura, D., Bastos, A., Bolonezi, J., Marques, M., Miranda, T., & Amante, T. (2013). *Um olhar assíncrono sobre o jornal-laboratório Campus/UnB: quatro décadas de história*. In: Soster, D. A., & Tonus, M. (Org.). *Jornalismo-Laboratório: impressos* (Vol. 1, pp. 76-91). Santa Cruz do Sul: EdUNISC.