

## ***Design e o Desenho na Terra do Cinema: uma Análise sobre a Evolução Estética dos Cartazes de Filmes Brasileiros***<sup>1</sup>

Thomas GONÇALVES<sup>2</sup>  
Suzana Guedes CARDOSO<sup>3</sup>  
Universidade de Brasília, Brasília, DF

### **RESUMO**

Este trabalho analisa o cartaz criado por Rogério Duarte para o filme *Deus e o diabo na terra do Sol*, de Glauber Rocha, bem como o impacto desse no *design* gráfico brasileiro. As conclusões foram obtidas por meio de referências históricas de cartazes estrangeiros e nacionais. Primeiramente, analisou-se o cartaz como mídia em suas diferentes formas, dos primórdios aos tempos atuais. Posteriormente, analisaram-se os principais movimentos artísticos que exploram o cartaz não apenas como suporte, mas como parte integrante da mensagem a ser transmitida. Em seguida, foi feita uma reflexão de alguns dos mais representativos cartazes de filmes brasileiros. Finalmente, discute-se a arte de Duarte para o filme de Rocha de 1966, sob a perspectiva do repertório do artista gráfico e do contexto histórico em que esse *designer* estava inserido. 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.

### **1. 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

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 4 – Comunicação Audiovisual do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 12 a 14 de junho de 2017.

<sup>2</sup> Graduando do Curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília. e-mail: [tonyjeff@hotmail.com](mailto:tonyjeff@hotmail.com).

<sup>3</sup> Orientadora da pesquisa ProIC/PIBIC-UnB 2015-2016. Professora do Curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília. e-mail: [suzanagc@gmail.com](mailto:suzanagc@gmail.com)

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 sereia, 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. O estilo *Art nouveau* continha, nesse período, a influência de estilos anteriores, expressa, por exemplo, na profusão de ornamentos. Mesmo assim, o *Art nouveau* foi uma reação ao academicismo 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. Os principais artistas desse movimento trabalharam com o cartaz como suporte, são eles: 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, inicialmente, como base, cartazes do teatro. À princípio, os filmes eram divulgados em placas e espelhos pintados à mão. Quando os primeiros cartazes de cinema começaram a ser impressos, eram muito funcionais: apresentavam, no geral, apenas notas com o título, o gênero, o horário e o local da exibição.

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 – o uso das quatro tonalidades da escala CMYK: ciano, magenta, amarelo e preto.

Não terá sido o primeiro cartaz de cinema brasileiro com essas características, mas definitivamente aquele que consolida esse modelo. As limitações tecnológicas do período consolidaram 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.

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.

Dois exemplos notórios de exceção ao padrão de *design* calcado 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. 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 (VIEIRA, 2013).

Os signos eleitos para esse ideal modernizante, como o cinema, o telefone, o carro e o arranha-céu, denotam uma lógica excludente contra quem não tinha condições de usufruir esses bens de consumo (VIEIRA, 2013). 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. 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*. 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 serifa moderna (didone) ou de tipo *display* – este, especialmente em comédias.

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.

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. 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.

O cenário começa a mudar com o advento do Cinema Novo, movimento cinematográfico brasileiro muito inspirado no Neorrealismo 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 *designer* do cartaz, 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. 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.

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.

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. 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.

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 Ubaíra, 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<sup>4</sup>. 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***

Existem evidentes características no cartaz de *Deus e o diabo na terra do Sol* que indicam influências construtivistas, 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<sup>5</sup>. 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 (MELO & RAMOS, 2011).

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

---

<sup>4</sup> <<http://dicionariompb.com.br/rogerio-duarte/biografia>>

<sup>5</sup> <<http://cinema.uol.com.br/noticias/redacao/2014/07/11/foi-tao-explosivo-quanto-o-filme-diz-autor-do-cartaz-de-deus-e-o-diabo.htm>>

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 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 as informações 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<sup>6</sup>.

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 como mero 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

A importância do cartaz para a divulgação de obras cinematográficas demorou a ser reconhecida pela indústria. Inicialmente, era apenas suporte para letreiros que informavam o título do filme, elenco e, eventualmente, o preço. Durante as primeiras décadas do século XX, porém, o *design* desses cartazes foram progressivamente ganhando identidade própria, muito influenciados por estilos estrangeiros.

No geral, os cartazes de filme brasileiros seguiram, por muito tempo, a mesma estética, composta por ilustração, acúmulo de informação, tipos grotescos e destaque para os rostos dos protagonistas.

A intensificação do modernismo nas artes gráficas brasileiras a partir dos anos 1960

---

<sup>6</sup> Entrevista realizada em 18 de novembro de 2014.

permitiram o desenvolvimento de nova estética dos cartazes de filmes, com artistas expoentes como Calasans Neto, Scliar, Lina Bo Bardi, Lygia Pape e Rogério Duarte. A limpeza do leiaute, o contraste entre cores, o uso de fontes impactantes e a adoção de imagens mais conceituais marcaram as peças desse período.

Mais do que o leiaute, o entendimento da importância do cartaz mudou, não sendo apenas mais um elemento de divulgação, mas sim uma obra em si.

### Referências

- ALBERTINO, Simone. O cartaz de cinema no final dos anos 60 e início dos anos 70. *Anais do V Simpósio do LaRS – Illicite Errore: transgressão ou impertinência?*. 2006. Rio de Janeiro: Departamento de Artes e *Design*, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2006.
- ALBERTINO, Simone. A imagem feminina nos cartazes da Pornochanchada e do Cinema Marginal. *III Congresso Internacional de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual*, 2012. Córdoba, 2012.
- ALBERTINO, Simone. *Cartazes do cinema brasileiro: imagem e imaginário social*. 2014. 15 f. Dissertação (doutorado em *design*) – Departamento de Artes e *Design*, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. 2014.
- ARGAN, Giulio Carlo. *Arte moderna*. São Paulo: Companhia das Letras, 1992. 736 p.
- BURKE, Christopher. *Paul Renner: the art of typography*. Londres: Hyphen Press, 1998. 233 p.
- BURKERT, Walter. *Greek Religion*. Cambridge: Harvard University Press, 1985. 493 p.
- CARVALHO, André Luís Pires de. *Da película ao cartaz: uma análise do design do cartaz de Deus e o diabo na terra do Sol*. 2008. 193 f. Dissertação (mestrado em *design*) – Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo. 2008.
- DUNCAN, Alastair. *Art Nouveau. World of Art*. Nova Iorque: Thames and Hudson, 1994. 216 p.
- EISENSTEIN, Elizabeth. *The Printing Revolution in Early Modern Europe*. 2ª ed. Nova Iorque: Universidade de Cambridge, 2005. 406 p.
- HART, George. *A Dictionary of Egyptian Gods and Goddesses*. Londres: Routledge & Kegan Paul Inc., 1986. 170 p.
- HELLER, Steven; CHWAST, S. *Graphic Style from Victorian to Digital*. Nova Iorque: Harry N. Abrams, Inc., 2001. 263 p.
- MUNDURUKU, D. *Contos indígenas brasileiros*. 2ª ed. São Paulo: Global, 2005. 63 p.
- PRIOSTE, Marcelo. O *design* e o cartaz na terra do cinema. In: MOURA, Mônica (org.). *Design, arte e tecnologia: espaço e trocas 1*. São Paulo: Rosari, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro e Universidade Anhembi Morumbi, 2005. 1 CD.
- QUINTANA, Haenz Gutiérrez. *Cartaz, cinema e imaginário*. 1995. 183 f. Dissertação (mestrado em multimeios) – Instituto de Artes, Universidade Estadual de Campinas, Campinas. 1995.
- QUINTANA, Haenz Gutiérrez. *Marketing de cinema: a promoção de filmes na era digital*. 2005. 164 f. Dissertação (mestrado em multimeios) – Instituto de Artes, Universidade Estadual de Campinas, Campinas. 2005.

## Anexos



**Fig. 1:** Cartaz de *Deus e o diabo na terra do Sol* (1964), de Rogério Duarte.



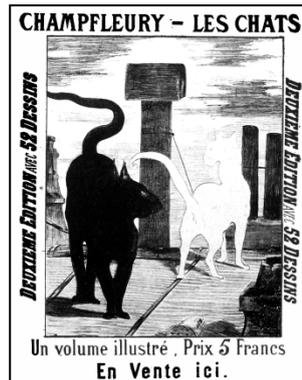
**Fig. 2:** *Ambassadeurs – Aristide Bruant* (1892), de Henri de Toulouse-Lautrec. Com Lautrec, o cartaz passou a ser encarado como suporte para obras de arte.



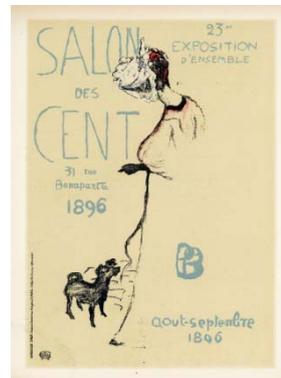
**Fig. 3:** Cartaz para o filme *Encouraçado Potemkin* (1905), de Anton Lavinsky (construtivismo). As fotomontagens dos construtivistas passariam a concorrer com ilustrações.



**Fig. 4:** Cartaz para o Departamento de Leningrado de Gosizdat (1925), de Alexander Rodchenko (construtivismo).



**Fig. 5:** *Champfleury – Les Chats* (1896), de Édouard Manet.



**Fig. 6:** *Salon des Cent* (1896), de Pierre Bonnard.



Fig. 7: 1. Kunstausstellung Secession (1898), de Gustav Klimt.

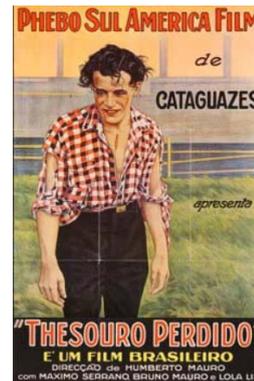


Fig. 10: Cartaz de *Tesouro perdido* (1927), de Edgar Brasil.



Fig. 8: Cartaz da exibição em Weimar (1923), de Joost Schmidt (Bauhaus)



Fig. 11: Cartaz de *Braza dormida* (1928).

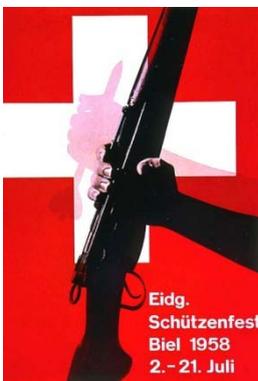


Fig. 9: Cartaz esportivo (1958), de Eugene e Max Lens (Estilo Internacional).



Fig. 12: Cartaz de *Barro humano* (1929).

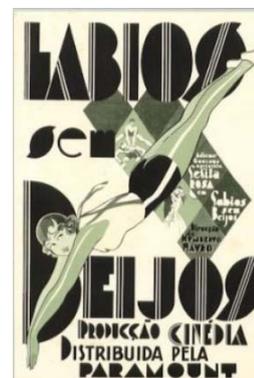


Fig. 13: Cartaz de *Lábios sem beijos* (1930), de Alfredo Mucilo.



Fig. 14: Cartaz de *Ganga bruta* (1933).

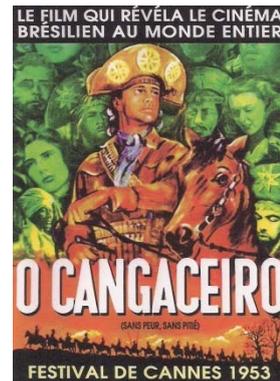


Fig. 18: Cartaz de *O cangaceiro* (1953), de Aldemir Martins. A arte de Martins passaria a ser referência, no Brasil, para leiautes mais limpos em cartazes de cinema.



Fig. 15: Cartaz de *Caiçara* (1950), de Aldo Calvo.

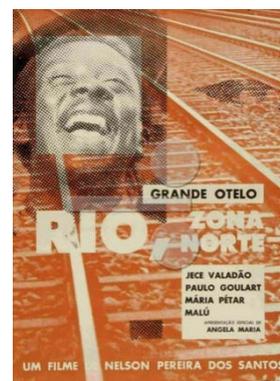


Fig. 19: Cartaz de *Rio, Zona Norte* (1957), de Scliar, um marco nos cartazes de cinema brasileiro.



Fig. 16: Cartaz de *Zé do Periquito* (1960), de Jayme Cortez.

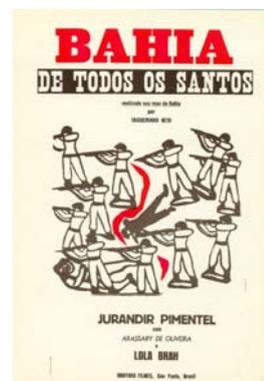


Fig. 20: Cartaz de *Bahia de Todos os Santos* (1960), de Lina Bo Bardi.



Fig. 17: Cartaz de *Esse milhão é meu!* (1959), de Creusa de Oliveira.



Fig. 21: Cartaz de *Mandacaru vermelho* (1961), de Lygia Pape.

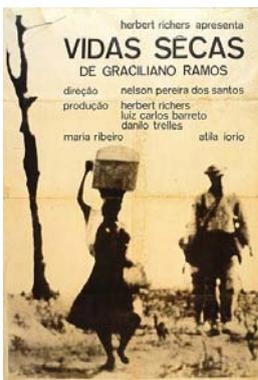


Fig. 22: Cartaz de *Vidas secas* (1963), de Lygia Pape.

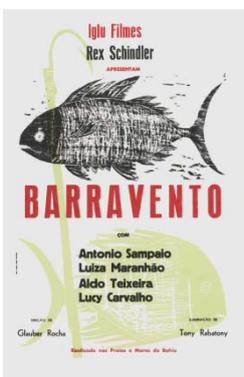


Fig. 23: Cartaz de *Barravento* (1961), de Calasans Neto.

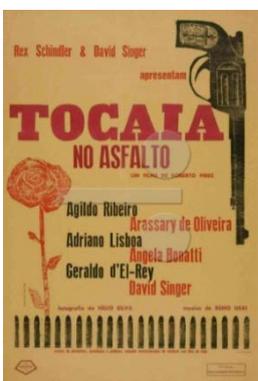


Fig. 24: Cartaz de *Tocaia no asfalto* (1962), de

Calasans Neto.

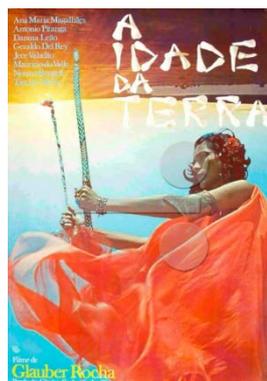


Fig. 25: Cartaz de *A idade da Terra* (1980), de Rogério Duarte.

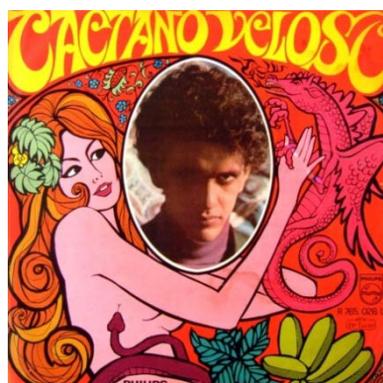


Fig. 26: Arte do álbum *Caetano Veloso* (1968), de Rogério Duarte.