

O HORROR EM TIPOS: A INFLUÊNCIA DA TIPOGRAFIA EM CARTAZES DO GÊNERO CINEMATOGRAFICO DE TERROR¹

Amanda Lacerda Fagundes da COSTA²
Angelo Osni MACHADO³

RESUMO: O cinema e o *design* são áreas que estão em constante evolução e que compartilham diversos elementos entre si. Encontramos em cartazes de filmes do gênero terror trabalhos com grande apelo visual, em que a tipografia é utilizada pelos *designers* como meio de transmitir sensações e atrair a atenção do leitor para o pôster - mídia que difunde sua mensagem de forma clara e dinâmica. O objetivo principal da presente pesquisa é analisar a influência dos tipos em cartazes cinematográficos do gênero terror. Para tanto, busca-se analisar como os elementos da tipografia são aplicados pelos *designers* em tais peças de comunicação. Para o embasamento teórico da pesquisa, foram utilizados autores como Hollis, Cesar, Hurlburt, Dondis, Lupton, Philips e Williams, garantindo um estudo aprofundado nas áreas da tipografia e do design gráfico.

PALAVRAS-CHAVE: Design gráfico; Tipografia; Cinema; Terror; Cartaz.

1 INTRODUÇÃO

O terror se consolidou no mercado cinematográfico desde a década de 1920. Contudo, apesar de contar com um grande público de bilheteria, as produções cinematográficas deste gênero nem sempre eram aclamadas pelos críticos. Desse modo, os materiais de divulgação das produções de terror precisavam atrair a atenção e captar o interesse dos consumidores e, nesse sentido, o cartaz se consolidou como ferramenta essencial.

O cartaz possui, em um primeiro momento, a função de atrair a atenção do leitor, ao mesmo tempo em que desperta o medo e trabalha com o imaginário popular. Acerca disso, encontramos um apelo estético no desenvolvimento dessas peças de comunicação que permitem um amplo estudo sobre o assunto.

Dos filmes clássicos aos atuais, encontramos belos trabalhos no âmbito do design gráfico - com destaque para as composições tipográficas realizadas nos

¹ Artigo apresentado como requisito parcial para a conclusão do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda do Centro Universitário FAG, no ano de 2019.

² Acadêmica do 8º período do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda do Centro Universitário FAG. E-mail: alfcosta@minha.fag.edu.com.br.

³ Professor orientador. E-mail: angelomachado@fag.edu.com.br.

cartazes do gênero de terror. Para maior aprofundamento nas áreas do *design* e da tipografia, esta pesquisa propõe uma análise acerca da influência da tipografia em pôsteres cinematográficos de terror, levando em consideração o trabalho realizado por *designers* como Saul Bass e Dan Perri em produções reconhecidas do gênero como *O Iluminado* e *Suspiria*.

Em vista disso, visa-se entender de que forma elementos da tipografia como peso, estilos de fontes, cor e *gestalt* são aplicados aos pôsteres e colaboram para atrair a atenção do consumidor apresentando a temática do gênero terror. Logo, o objetivo principal da presente pesquisa é compreender a importância e a influência da tipografia para trazer sensações e atrair o leitor para o filme a ser divulgado.

Dessa forma, a pesquisa se baseia em autores como Hollis, Cesar, Hurlburt, Dondis, Lupton, Philips e Williams para fundamentar a análise bibliográfica e descritiva, tornando possível a compreensão da influência da tipografia no cinema, nos cartazes e no gênero terror.

2 O CINEMA E O GÊNERO DE TERROR

A origem do cinema ainda é incerta para muitos estudiosos e, até hoje, a sétima arte é fruto de constantes evoluções. Iniciou-se com a literatura e com o teatro, depois com a pintura e, por fim com a fotografia. Mas, foi graças ao desenvolvimento da segunda fase da Revolução Industrial que o cinema começou a ganhar forma.

Sobre esse período histórico, Hobsbawn (2000, p.33) afirma que "não foi uma mera aceleração do crescimento econômico, mas uma aceleração de crescimento em virtude da transformação econômica e social". Com a criação de novos equipamentos, o ser humano teve o anseio de retratar a vida cotidiana em movimento por meio de uma nova arte.

Assim como a fotografia, o cinema também depende da tecnologia e, por isso, seu início só foi possível devido às invenções de fotógrafos e cientistas como Thomas A. Edison e os Irmãos Lumière. Conhecido por suas inúmeras patentes e como pai da eletricidade, Edison se interessou pela geração de imagens por

perceber o potencial econômico de uma possível invenção nessa área. Esse interesse deu origem ao quinetoscópio que, de acordo com Fernando Mascarello,

possuía um visor individual através do qual se podia assistir, mediante a inserção de uma moeda, à exibição de uma pequena tira de filme em looping, na qual apareciam imagens em movimento de números cômicos, animais amestrados e bailarinas (MASCARELLO, 2006, p.18).

A partir disso, inúmeras outras invenções colaboraram para a evolução do cinema. Sua fase inicial, conhecida como primeiro cinema, se resumiu à captação e projeção de imagens cotidianas do século XIX que logo se tornou uma forma de entretenimento e, até mesmo, uma atividade econômica.

Apesar de não terem sido os primeiros, foi a projeção dos Irmãos Lumière, realizada em 28 de dezembro de 1895, que se tornou mundialmente famosa. Segundo Jean Claude-Bernadet (2000), o público ficou tão impressionado com a exibição que até mesmo se assustou, pois a locomotiva parisiense exibida era extremamente real para ser apenas uma imagem. Para o autor, ficou claro o que era e ainda é o cinema: a captação e reprodução de imagens que produzem movimento.

Nessa mesma época, cativado pela projeção dos Lumière, George Méliès ajudou a estabelecer os gêneros cinematográficos. Assim como na literatura, o cinema também se apropriou de gêneros para ter um maior impacto em suas narrativas. Em *Odisséia*, Homero registrou a aventura do protagonista Ulisses contra bruxas e outras criaturas terríveis - o que deixa claro que o terror pode ser encontrado desde as primeiras manifestações artísticas da história. Segundo Phillip Kemp (2011, p. 8), "em 1910, quase todos os gêneros que reconhecemos hoje já tinham se estabelecido". O autor ainda complementa a importância das produções de Méliès, já que, graças ao idealizador, as primeiras produções do cinema já contavam com narrativas de fantasia, terror e ficção científica.

Para uma análise completa acerca do tema, optamos por basear nosso estudo apenas no gênero terror, o qual tem como objetivo causar medo e aterrorizar o imaginário do público por meio da utilização de elementos do cotidiano ou de criaturas imaginárias.

Considerado por muitos o primeiro filme do gênero, *A Mansão do Demônio* de Méliès, produzido em 1896, contava a história de um cavaleiro atacado por fantasmas convocados pelo Diabo. Desde então, o gênero, assim como o cinema, evoluiu e conquistou Hollywood após inúmeras influências artísticas, como é o caso do Expressionismo Alemão. O autor Eduardo Geada conceituou o movimento da seguinte forma:

A palavra *expressionismo*, hoje aplicada um pouco indiscriminadamente a todo o cinema alemão produzido entre 1919 e 1930 – entre o fim da Primeira Guerra Mundial e a crise internacional do capitalismo que coincide com a passagem do filme mudo ao sonoro – surge como um conceito estético aplicável a movimentos artísticos diversos (GEADA, 1985, p. 11, grifo do autor).

No cinema, o Expressionismo Alemão buscou criar uma identidade única para fugir da estética e da narrativa ocidental. Marcados pela guerra, os idealizadores mostravam uma realidade distorcida para causar impacto no público. De acordo com Ronald Bergan (2011), as características principais do movimento eram os cenários pintados como quadros, o uso exacerbado de luzes e sombras, expressões faciais exageradas e a captação de imagens em perspectiva diagonal que causavam desequilíbrio e desproporcionalidade.

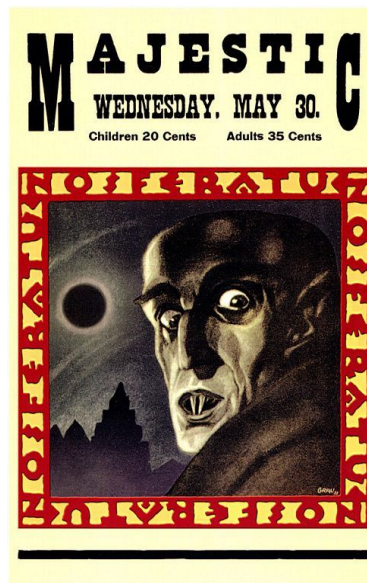
No gênero terror, esses elementos foram fundamentais para o desenvolvimento de filmes como *O Gabinete de Dr. Caligari* de 1920 e *Nosferatu* de 1922 - obras reconhecidas até hoje como expoentes do horror. Nos cartazes desses filmes, é possível perceber a presença de tais características que, futuramente, influenciaram obras cinematográficas produzidas em Hollywood, conforme figuras 1 e 2:

Figura 1 - Cartaz do filme “O Gabinete do Dr. Caligari”.



Fonte: Universum Film AG.

Figura 2 - Cartaz do filme “Nosferatu”.



Fonte: IMDb.

Em 1922, *Nosferatu* aterrorizou seu público com a representação de um vampiro que se apaixona por uma mortal. Sua inspiração principal é o Drácula, de Bram Stoker, mas, devido a problemas na compra dos direitos do personagem, a obra alemã acabou se tornando uma adaptação. Mesmo assim, a produção foi fundamental para influenciar a Universal Pictures⁴ a investir no gênero, fazendo com

⁴ A Universal Studios (também conhecida como Universal Pictures) é um estúdio de cinema norte-americano de propriedade da Comcast e de sua subsidiária NBCUniversal que foi fundada em 1912.

que a indústria produzisse inúmeros filmes baseados em monstros e outras criaturas - inclusive sobre o vampiro mais famoso da história. A esse respeito, é preciso considerar que

A ideia da Universal era ir contra a maré, propondo a catarse por meio do medo (...) Os resultados positivos e a grande aceitação do público surgem como a resposta de uma sociedade que sobreviveu a uma época de terror e estava pronta para encarar seus medos, e até se divertir com isso (MEDEIROS, 2016, p. 284).

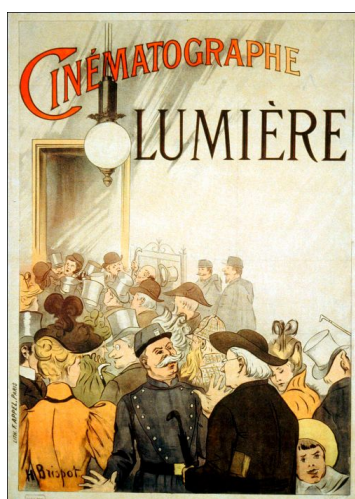
O gênero de terror, desde seu início, não contou com a consagração dos críticos de cinema. Aliás, até hoje, apenas um filme de horror conquistou o Oscar de Melhor Filme da prestigiada Academia de Artes e Ciências Cinematográficas⁵ - *O Silêncio dos Inocentes*, de 1991. Em vista disso, os estúdios passaram a investir na ampla divulgação dos filmes de terror, utilizando diversas ferramentas de comunicação para atrair o público e alavancar o sucesso das produções. Para Newton Cesar (2013), tanto no *design* quanto na propaganda, o cartaz é um marco na história de divulgação. Desde os primórdios, o cartaz é essencial para atingir o consumidor. No cinema, seu papel não é diferente, tornando-se um elemento indispensável para toda e qualquer produção.

3 O CARTAZ NO CINEMA

Desde o início do design gráfico, o cartaz ou pôster (como também é conhecido) se tornou uma ferramenta de divulgação para promover produtos e serviços. Acerca disso, Hollis (2000, p. 5) afirma que “os pôsteres eram uma expressão da vida econômica, social e cultural, competindo entre si para atrair compradores para os produtos e público para os entretenimentos”. No cinema, o cartaz foi utilizado como peça publicitária já nas primeiras exhibições. Em 1896, os Irmãos Lumière solicitam ao artista Henri Brispot o desenvolvimento de um cartaz para a divulgação da produção. Na oportunidade, o pintor francês fez muito mais que uma peça de divulgação: um retrato histórico do que viria a ser aquele momento.

⁵ Fundada em 11 de maio de 1927, no estado da Califórnia - EUA, a Academia de Artes e Ciências Cinematográficas é uma organização que tem como objetivo promover a arte e a ciência do cinema.

Figura 3 - Cartaz da exibição intitulada como “Cinématographe”.



Fonte: Domínio público.

A ideia de Henri Brispot era retratar o público e o movimento que aconteceria na primeira exibição. A partir deste momento, todas as produções cinematográficas passaram a contar com um cartaz de divulgação - algo que, em outras áreas, como no teatro, já era muito comum.

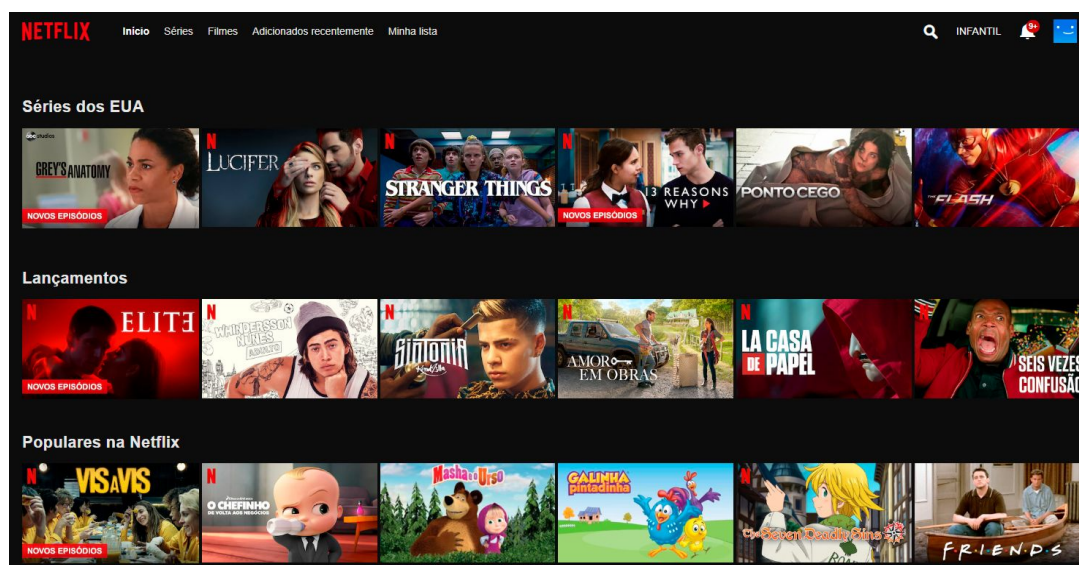
É importante ressaltar o quanto o design gráfico tem influência no desenvolvimento dos cartazes. Acerca dessa temática, Hollis (2000) declara que a principal função de um pôster no âmbito do *design* é apresentar e promover, afinal, a peça precisa prender a atenção do público e transformar a sua mensagem em algo inesquecível.

No geral, o tamanho dos pôsteres é pensado para que sejam vistos com clareza independentemente da distância que estão em relação ao público. Cesar (2013, p. 49) afirma que “Os cartazes são obrigatórios para atingir o consumidor, mesmo fazendo frente a outros meios como revistas, jornais, televisão, etc”. Sendo assim, compreende-se o fato de que, mesmo com o passar dos anos, o cartaz não perdeu espaço e ainda é considerado uma das mídias mais importantes na publicidade e no design gráfico.

Percebe-se a grandiosidade e relevância dos cartazes quando, até mesmo após a transição do cinema para a era dos *streamings*, ele ainda permanece como a vitrine de um filme, sendo a principal forma de atrair o consumidor mesmo com a

existência dos *trailers* e *teasers*. O catálogo da Netflix⁶, por exemplo, funciona como uma exposição de pôsteres para que o público assista a obra que chame mais a sua atenção, conforme podemos observar na figura 4:

Figura 4 - Catálogo de produções da Netflix.



Fonte: elaborado pela autora (2019).

Muito do legado estabelecido pelo cartaz até os dias de hoje, se deve à própria eficiência perante ao público. Ao longo de sua trajetória, o pôster jamais deixou de ser uma peça acessível e está sempre próxima aos espectadores. O impacto visual que os cartazes causam também é muito importante nesse sentido, sendo o *design* o elemento principal para tornar a peça algo atrativo ou não. Para Hurlburt (1986), a tipografia foi sempre o principal elemento da página impressa - especialmente nos cartazes. Assim, principalmente nos pôsteres do gênero terror, é possível encontrar um trabalho visual marcante, com destaque para as tipografias.

⁶ Netflix é uma provedora global de filmes e séries de televisão que iniciou suas atividades em 1997 em Scotts Valley, Califórnia, EUA. Atualmente, conta com uma plataforma online onde disponibiliza e produz inúmeros materiais audiovisuais.

4 TIPOGRAFIA E IMPACTO VISUAL

4.1 Tipografia

O cinema e a tipografia são artes que compartilham muitos pontos em comum. A tipografia evoluiu da mesma maneira que a sétima arte - a partir das mais diferentes inovações e invenções. Tudo começou com a escrita e com a vontade do ser humano em dar forma e estrutura para a comunicação. Portanto, podemos considerar que

A invenção da tipografia pode ser classificada ao lado da criação da escrita como um dos avanços mais importantes da civilização. Escrever deu à humanidade um meio de armazenar, recuperar e documentar conhecimento e informações que transcendem o tempo e o espaço; a impressão tipográfica permitiu a produção econômica e múltipla da comunicação alfabética (MEGGS e PURVIS, 2009, p.46).

Até a criação da prensa de Gutenberg em 1450, invenção responsável pelo desenvolvimento dos tipos móveis - pequenas peças de metais que facilitaram a impressão, a tipografia era um trabalho artesanal pautado na dedicação dos tipógrafos que desenvolviam a caligrafia dos mais diversos documentos e manuscritos. Acerca disso, Lupton (2006, p. 13) afirma que “A história da tipografia reflete uma tensão contínua entre a mão e a máquina, o orgânico e o geométrico, o corpo humano e o sistema abstrato”.

Sendo assim, entendemos que os próprios artesãos buscaram formas de reproduzir melhor o seu trabalho, resultando na criação de diversos utensílios. Com o advento da impressão, a tipografia se tornou uma ferramenta de comunicação que transformou para sempre o *layout* da página impressa.

A partir dessa verdadeira revolução, tanto a tipografia como o design gráfico, começaram a ganhar forma. Em 1692, a França contava com uma equipe especializada em estudos de tipos, graças a um pedido da realeza. Por consequência, começaram a surgir nomes expoentes no assunto, como o tipógrafo William Caslon que, por seis décadas, foi responsável por toda a tipografia criada na Inglaterra.

Entretanto, a partir do século XIX, a tipografia não se limitou apenas aos artesãos ou técnicos sobre o assunto. Com o crescimento da produção econômica, o desenvolvimento de tipos móveis passou a ser algo acessível a todos, devido às transformações que a Revolução Industrial causou em toda a sociedade, fato que podemos considerar outro ponto em comum da tipografia com o cinema, visto que, em ambas as áreas

O ritmo mais rápido e as necessidades de comunicação de massa de uma sociedade cada vez mais urbana e industrializada produziram uma expansão rápida de impressores de material publicitário, anúncios e cartazes. (MEGGS e PURVIS, 2009, p. 175-176).

Nesse período, os pôsteres desenvolvidos contavam apenas com a tipografia para difundir a mensagem a todos públicos. De acordo com Hollis (2000), apesar da fotografia já existir na época, não era possível reproduzir as impressões em tamanho ampliado, fazendo com que os tipógrafos e artistas que criavam os cartazes utilizassem apenas a tipografia ou aliassem os tipos às ilustrações e pinturas, da mesma maneira que o pintor francês Henri Brispot, influenciado pelo movimento *art nouveau*, utilizou no cartaz dos Irmãos Lumière mostrado no capítulo anterior. Dessa forma, percebe-se o quanto a tipografia é fundamental para construir o impacto visual de um pôster e aumentar consideravelmente a transmissão do efeito desejado ao público.

4.2 Impacto visual

Mesmo em seu início, o cartaz sempre contou com um apelo artístico para atrair a atenção do consumidor. Essa influência, oriunda do teatro, colaborou para o desenvolvimento dos pôsteres como peças importantes do design gráfico. Em vista disso, podemos considerar que

Os artistas de pôster desse período demonstram a liberdade estética e a ousadia criativa que se seguem ao primeiro contato com uma inovação técnica na área de produção e reprodução gráfica. 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).

Com esse apelo artístico e estético, os cartazes passaram a contar com um grande impacto visual - principalmente no que tange a tipografia desenvolvida para as peças. Conforme afirma Hollis no trecho supracitado, os elementos tipográficos passaram a ser tão importantes quanto a imagem em um cartaz. Ao longo dos anos, isso tornou a tipografia um item predominante na criação de um pôster, fazendo com que, até hoje, apenas uma boa composição tipográfica relacionada a um bom *design* se tornasse suficiente para atrair a atenção do leitor.

Nesse sentido, os períodos históricos e movimentos artísticos colaboraram para a evolução dos cartazes. Segundo Hurlburt (1986), o movimento *art nouveau* construiu uma relação entre a arte e a indústria, possibilitando a criação de letras que garantiram uma nova roupagem aos pôsteres impressos. Por meio dessas mudanças, o artista deu lugar ao *designer* e o cartaz passou a ser uma nova forma de comunicação. Atualmente, os *designers* contemporâneos, como a norte-americana Paula Scher, ainda utilizam a tipografia como forma de levar sensações ao leitor até os dias de hoje, conforme podemos visualizar na figura 5:

Figura 5 - The Public Theater.



Fonte: Pentagram.

Sendo assim, compreende-se que a tipografia se tornou um elemento imprescindível no processo de criação do cartaz, sendo responsável tanto pelo impacto visual causado, bem como por ajudar a estabelecer a identidade visual da peça. No cinema, por exemplo, os tipos colaboram na distinção dos cartazes em

uma sala de projeção, levando sentidos distintos ao público, principalmente no que diz respeito aos gêneros dos filmes.

Nesse sentido, o autor Robert Bringhurst (1994, p. 23) afirma que “a tipografia precisa frequentemente chamar a atenção para si própria antes de ser lida. Para que ela seja lida, precisa contudo abdicar da mesma atenção que despertou”. Por esse motivo, é possível visualizar tipografias cada vez mais artísticas em cartazes de obras cinematográficas, mas ao final, o objetivo é sempre o mesmo: chamar a atenção para a obra.

5 ANÁLISE: A INFLUÊNCIA DA TIPOGRAFIA EM CARTAZES DE TERROR

O *design* e a publicidade transformaram a tipografia em algo tão relevante que, atualmente, os estudos sobre os assuntos estão ainda mais completos. Em razão da influência de *designers* e períodos históricos, a tipografia passou a contar com um apelo artístico e, conseqüentemente, com novos sentidos. Para Joly (1996), a tipografia, como uma escolha na hora de compor um cartaz, tem como objetivo materializar, de forma visual, a mensagem da produção.

Para entender como elementos tipográficos possuem influência no *design* de cartazes cinematográficos do gênero terror, se faz necessário uma análise de algumas dessas peças de comunicação. Por esse motivo, o presente trabalho escolheu pôsteres de filmes expoentes do horror que contam com um trabalho tipográfico marcante, para entender como, na maioria das vezes, essas peças chamam a atenção do leitor por transformar o terror em algo visual.

5.1 Ligação imagem e texto

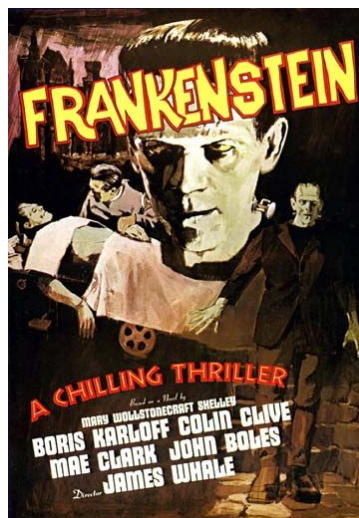
A princípio, o papel do *design* era apenas reunir informações relevantes para apresentá-las ao público. Contudo, a chegada de novas tecnologias fez com que apenas o texto não fosse suficiente para chamar a atenção do leitor. Em relação a isso, Hurlburt afirma que

Ao final da Segunda Guerra Mundial, meados dos anos 40, a fotografia - por influência de uma década de liderança de revistas ilustradas do tipo

Life, Look e Picture Post - começou a desviar o interesse até então focalizado sobre a ilustração. Embora a fotografia continuasse a dominar o cenário até o final da década de 60, desde a década anterior maior atenção já se concentrava nas palavras e o que elas representavam, como ideias ou como imagens (HURLBURT, 1986, p. 92, grifo do autor).

Nesse contexto, o *design* passou a levar em consideração a relação entre imagem e texto, seja ela ilustração ou fotografia. A título de exemplo, os primeiros cartazes clássicos da Universal Pictures contavam com uma composição totalmente baseada na ilustração - inclusive a tipografia contava com traços ilustrativos, conforme figura 6:

Figura 6 - Cartaz do filme Frankenstein.



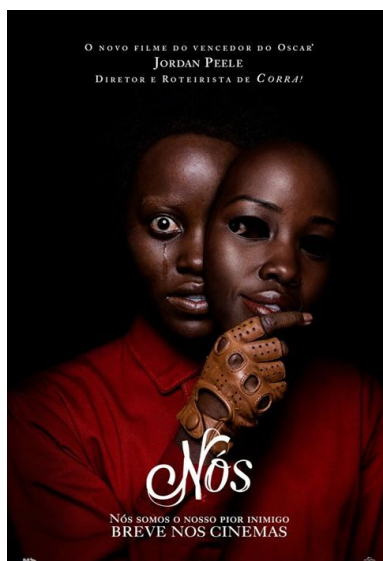
Fonte: Adorocinema.

Para Dondis (2003), a composição de uma peça tem como objetivo solucionar problemas visuais. Desse modo, o *designer* utiliza a ilustração ou uma imagem com a finalidade de construir um mensagem que faz sentido ao espectador. Com o avanço da indústria cinematográfica, essa ligação entre imagem e texto precisou se reinventar. Agora, devido a contratos com cifras milionárias entre atores e os estúdios de cinema, os cartazes deixaram de lado a ilustração e passaram a contar, em sua maioria, com fotos produzidas do elenco.

Como resultado, a tipografia, que possui muito mais afinidade com a ilustração, precisou evoluir para harmonizar com a fotografia sem deixar de lado

suas características artísticas, podemos observar isso em uma obra atual da Universal Pictures, conforme figura 7:

Figura 7 - Cartaz do filme “Nós”.



Fonte: Universal Pictures.

Segundo Samara (2010), a imagem e a composição tipográfica escolhida devem ser um suporte para reforçar o conceito proposto. Em obras de terror, esse equilíbrio é fundamental, visto que alguns cartazes apresentam a ameaça principal do filme de imediato e utilizam o apelo artístico da tipografia para fazer com que o leitor sinta-se atraído a assistir o filme.

5.2 Estilos de fonte

Os estilos tipográficos variam conforme a evolução dos tipos e dos períodos históricos em que eles se encontram. De acordo com Lupton (2006, p. 13), “as primeiras fontes foram modeladas diretamente sobre as formas da caligrafia”. Após o desenvolvimento de estudos acerca da tipografia e a criação de profissões como a do tipógrafo, as fontes passaram a contar com estilos cada vez mais distintos.

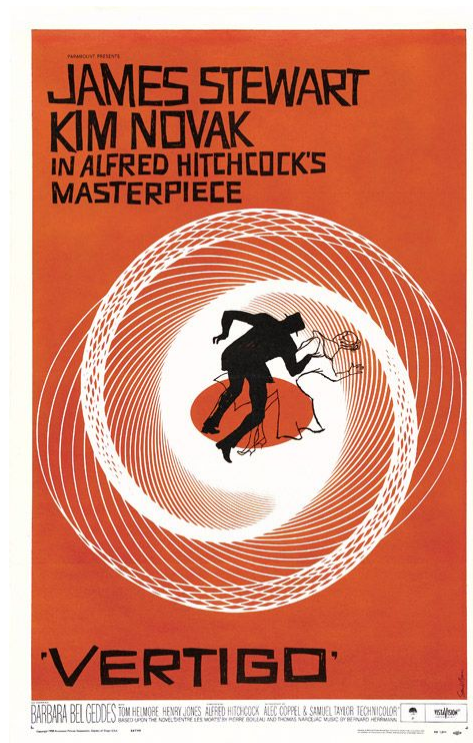
No período do Humanismo, a escrita contava com traços clássicos e retos. No Iluminismo, as fontes apresentavam linhas fluídas e ondulantes. Já no começo da industrialização, a tipografia contava com fontes monstruosas para chamar a

atenção - estilo que predominou no início do cinema e nos cartazes das primeiras produções do gênero de terror. Lupton afirma que,

Com a ascensão da industrialização e do consumo de massas no século XIX veio a explosão da propaganda - uma nova forma de comunicação exigia novas formas tipográficas. Fontes grandes e pesadas foram feitas com a distorção dos elementos anatômicos das letras clássicas. Fontes com altura, largura e profundidade assombrosas apareceram: expandidas, contraídas, sombreadas, vazadas, engordadas, lapidadas e floreadas (LUPTON, 2006, p. 21).

Sendo assim, é possível observar que tais características se fazem presente nos cartazes de terror desde o início até os dias atuais. Em peças do *designer* norte-americano Saul Bass, é possível observar o uso de estilos de fontes pesadas e contraídas para caracterizar filmes como *Vertigo* de 1958 e *O Iluminado* de 1980, conforme figuras 8 e 9:

Figura 8 - Cartaz do filme “Vertigo”.



Fonte: IMDb.

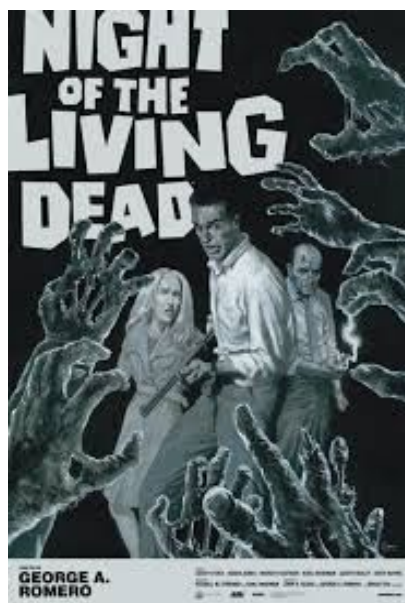
Figura 9 - Cartaz do filme “O Iluminado”.



Fonte: Omelete.

Alguns diretores do gênero também não abriram mão de um estilo tipográfico marcante em seus filmes. Nos cartazes dos filmes de George A. Romero, as fontes em estilo gótico, sem serifa e com letras maciças eram as mais utilizadas pelo cineasta e seus *designers* parceiros, como podemos observar pela figura 10:

Figura 10 - Cartaz do filme “A Noite dos Mortos-Vivos”.



Fonte: IMDb.

Com base nessas observações, é possível perceber a evolução na ligação entre imagem e texto e como essa relação se adaptou às novas formas. Para Robin Williams (1995), os bons *layouts* são feitos a partir de várias ferramentas de contraste - inclusive de estilos de fontes diferentes. Como resultado das transformações tecnológicas e também das mudanças cinematográficas, o cartaz precisou se reinventar para que pudesse continuar sendo uma peça de relevância, contando com imagens mais impactantes e fontes mais diversificadas, com novos pesos e significados.

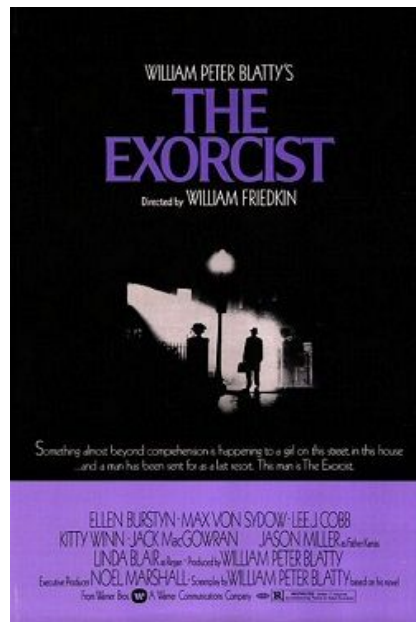
5.3 Peso

Em um cartaz, quando analisamos sua composição tipográfica, também é preciso levar em consideração o peso das fontes escolhidas. De acordo com Williams (1995, p. 100), "o peso de uma fonte refere-se à espessura dos traços. A maioria das famílias de tipos é desenhada com vários pesos: regular, *bold* (negrito), às vezes *semibold*, *extra bold* ou *light*".

Assim como a variação de fontes, o peso de uma tipografia tem como finalidade proporcionar sensações ao consumidor. No caso de um cartaz do gênero terror, fontes com traços mais agudos ou espessos geram mais peso à criação, tornando o *layout* visualmente mais intenso e colaborando para a narrativa do filme a ser divulgado.

É possível perceber a influência do peso em uma composição tipográfica no cartaz do filme *O Exorcista* de 1973. Na peça, o *designer* Dan Perri buscou utilizar uma fonte serifada moderna, que não possui tanto apelo artístico ou decorativo, mas que, equilibrada com uma imagem pesada e de forte contraste, transmitiu uma sensação de amedrontamento ao leitor, conforme figura 11:

Figura 11 - Cartaz do filme “O Exorcista”.



Fonte: Adorocinema.

Além da variação do peso, o local onde a tipografia é inserida também faz a diferença na maneira que o consumidor visualiza e interpreta a peça. Na maioria das vezes, os cartazes contam com títulos na parte inferior, porém, como observado no pôster acima, fontes mais pesadas logo no início do *layout* proporcionam mais atenção e força imediata ao cartaz. Nesse sentido, Hurlburt (1986, p.107) afirma que "para o *designer*, a melhor solução é usar o seu material de tal forma que consiga despertar o interesse e convide à leitura". Em vista disso, é fundamental que o *designer* esteja atento e saiba o quanto o peso de uma fonte é relevante para trazer impacto à peça.

5.4 Cor

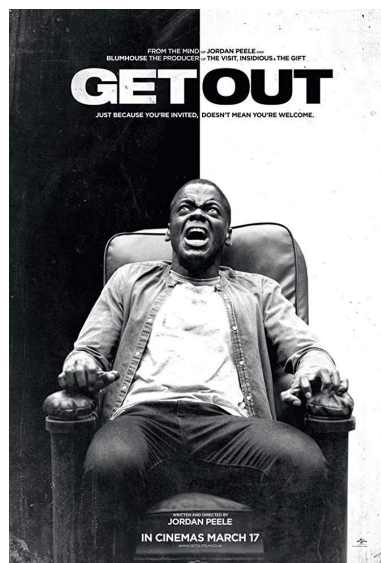
Na criação de um cartaz, o *designer* conta com inúmeros desafios. Além de levar em consideração a escolha de uma boa tipografia, o profissional precisa equilibrar a composição escolhida com o restante do *layout*. Nesse processo, todas as preferências estão muito ligadas ao sentido e à sensação que a peça de comunicação precisa transmitir ao consumidor, começando pelos estilos de fonte,

peso e, até mesmo, cor. Para Farina, Perez e Bastos, a cor é um elemento essencial para a criação sensações, visto que

As cores influenciam o ser humano, e seus efeitos, tanto de caráter fisiológico como psicológico, intervêm em nossa vida, criando alegria ou tristeza, exaltação ou depressão, atividade ou passividade, calor ou frio, equilíbrio ou desequilíbrio, ordem ou desordem etc (FARINA; PEREZ; BASTOS, 2011, p. 2).

Em cartazes do gênero de terror, é notório o esforço que muitos criativos tem para gerar desconforto, atenção, medo ou suspense. Logo, cores fortes e contrastantes gerados pelo preto, vermelho e branco são quase que constantes no desenvolvimento gráfico de materiais desse estilo. No cartaz do filme *Corra* de 2017, podemos observar uma composição visual muito bem feita em relação à escolha das cores e o contraste entre o preto e o branco. Um cartaz ousado que trouxe uma sensação sufocante ao leitor, conforme mostra figura 12:

Figura 12 - Cartaz do filme “Corra”.



Fonte: Universal Pictures.

Para Lupton e Philips (2006), a decisão de utilizar cores contrastantes afeta a energia e a atmosfera de qualquer composição visual. Em materiais que apelam para o uso de cores impactantes, a fonte não pode se sobressair e nem ser esquecida, por isso, foi fundamental que a tipografia escolhida no cartaz acima tivesse peso e estilo notáveis, fazendo com que o contraste de cores fosse algo marcante também no título principal. Portanto, compreende-se que a cor também é

uma ferramenta essencial no desenvolvimento de cartazes de divulgação de filmes do gênero terror.

5.5 Simetria e assimetria

A simetria e a assimetria no design gráfico são elementos que estão muito ligados à sensação de equilíbrio e desequilíbrio. Para Lupton e Philips,

Projetos assimétricos são geralmente mais ativos que os simétricos; e os designers atingem o equilíbrio ao colocar elementos contrastantes em contraponto um com outro, produzindo composições que permitem ao olho perambular dentro de uma estabilidade geral (LUPTON; PHILIPS, 2006, p.28).

Sendo assim, de acordo com os autores, projetos assimétricos proporcionam muito mais versatilidade para o *designer* no desenvolvimento dos materiais gráficos. Logo, produzir algo assimétrico na criação de peças, não significa que é será algo desequilibrado ou ruim, já que optar por fontes assimétricas pode ser uma forma de gerar atenção e curiosidade. No cartaz do filme *Suspiria* de 2018, o *designer* citado anteriormente Dan Perri, desenvolveu uma peça surpreendente, apelando para a assimetria no título principal, conforme podemos observar na figura 13:

Figura 13 - Cartaz do filme “Suspiria”.



Fonte: Amazon Studios.

Na peça em questão, a assimetria garantiu um desconforto visual que remete à narrativa do filme - um terror psicológico que explora o medo e o imaginário. É natural do ser humano buscar equilíbrio e se sentir mais confortável com materiais alinhados e simétricos. De acordo com Hurlburt (1968), a preocupação dos primórdios do design gráfico era o equilíbrio e a simetria. Contudo, a assimetria proporciona desconforto e uma composição visual impactante que chama a atenção do consumidor - algo fundamental para a eficácia de um cartaz que se remete ao gênero terror.

5.6 Gestalt

A teoria da *Gestalt* teve seu início na psicologia. Ela aborda os estudos acerca do processo de reconhecimento visual. De acordo com Dondis (2003, p. 37), "qualquer acontecimento visual é uma forma com conteúdo, mas o conteúdo é extremamente influenciado pela importância das partes constitutivas".

No contexto do design gráfico, o ser humano, por sua própria natureza, heranças culturais e experiências, já possui o costume de tentar interpretar uma imagem sem mesmo ver a resolução dela. Notando esse anseio, *designers* passaram a se apropriar dos princípios da *Gestalt* para criar materiais que pudessem instigar o consumidor. Segundo Dondis,

A psicologia da Gestalt tem contribuído com valiosos estudos e experimentos no campo da percepção, recolhendo dados, buscando conhecer a importância dos padrões visuais e descobrindo como o organismo humano vê e organiza o *input* visual e articula o *output* visual (DONDIS, 2003, p.31, grifo do autor).

Nos cartazes de terror, esse esforço também é evidente. Na maioria das vezes, as peças de divulgação dos filmes não deixam explícita a narrativa que será abordada, mas ainda sim utilizam do medo para deixar uma prévia do enredo ao consumidor e cabe a ele imaginar o restante da informação. Em 1968, o *designer* Stephen Frankfurt trabalhou a *Gestalt* nesse mesmo sentido no cartaz do filme "O Bebê de Rosemary", conforme figura 14:

Figura 14 - Cartaz do filme “O Bebê de Rosemary”.



Fonte: IMDb.

Na peça acima, o *designer* procurou compor os elementos de tal forma que deixa livre ao receptor interpretar o material e encontrar um significado. A composição tipográfica teve função primordial nesse sentido. Colocada na parte inferior na peça com uma fonte moderna sem qualquer peso, o título passa praticamente despercebido, fazendo uma brincadeira para que o leitor perceba os signos da peça e possa interpretá-la conforme preferir, gerando uma inquietação que só pode ser resolvida ao assistir a obra na íntegra - o que mostra, mais uma vez, que o cartaz é uma ferramenta de divulgação efetiva para atrair atenção do público.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir desta pesquisa foi possível entender a forma com que a tipografia possui relevância em uma peça de comunicação como o cartaz, resultando em materiais com grande apelo estético que, além de atrair o consumidor, proporcionam uma identidade visual singular para os pôsteres cinematográficos do gênero terror. Além disso, foi possível compreender que elementos tipográficos

como peso, estilos de fontes, cor e até mesmo a *Gestalt*, são essenciais para a construção de uma composição bem feita e eficiente.

Percebe-se que a tipografia, quando aplicada à cartazes do cinema, passou por uma verdadeira evolução, acompanhando as transformações do design gráfico e do *layout* da página impressa, além de estar lado a lado ao desenvolvimento do cinema e das produções cinematográficas. Em filmes do gênero terror, que possuem pouco relevância na visão dos críticos, tornou-se fundamental o uso de peças de comunicação que instigam os telespectadores a assistirem a obra. O cartaz é o ponto de contato mais forte com o consumidor e, caso não tenha uma mensagem visual impactante, poderá ter uma bilheteria baixa e provocar prejuízos aos grandes estúdios.

O presente trabalho deixou claro que os *designers* e produtores de cinema possuem essa preocupação e se dedicam cada vez mais ao desenvolvimento de peças que possuem um *layout* marcante. Desse modo, encontramos pôsteres do gênero terror com tipografias que incorporam a narrativa do filme e fazem brilhar os olhos de quem os vê.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERGAN, Ronald. **Ismos. Para entender o cinema**. São Paulo: Globo, 2011.

BERNADET, Jean-Claude. **O que é cinema**. São Paulo: Brasiliense, 2000.

BRINGHURST, Robert. **Elementos do estilo tipográfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

CESAR, Newton. **Direção de arte em propaganda**. São Paulo: Senac, 2013, 10ª edição.

DONDIS, Donis A. **A sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. São Paulo: Blucher, 2011, 6ª edição.

GEADA, Eduardo. **O poder do cinema**. Lisboa: Livros Horizonte, 1985.

HOBBSAWN, Eric. **Da revolução industrial inglesa ao imperialismo**. Rio de Janeiro: Forense, 2000, 5ª edição.

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

HURLBURT, Allen. **Layout: o design da página impressa**. São Paulo: Nobel, 2002.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Campinas: Papirus, 1996.

KEMP, Philip. **Tudo sobre cinema**. São Paulo: Sextante, 2011.

LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos: guia para designers, escritores e estudantes**. São Paulo: Cosac Naify, 2013, 2ª edição.

LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer. **Novos fundamentos do design**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

MASCARELLO, Fernando. **História do cinema mundial**. Campinas: Papirus, 2006.

MEDEIROS, Daniel Lucas de. **O início do horror: o nascimento do gênero de terror no cinema e sua relação com a guerra**. Disponível em: <<http://linguagem.unisul.br/paginas/ensino/pos/linguagem/eventos/sulletras/PDF/Daniel-de-Medeiros.pdf>>. Acesso em: 24 out. 2019.

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

SAMARA, Timothy. **Evolução do design**: da teoria à prática. Porto Alegre: Bookman, 2010.

WILLIAMS, Robin. **Designer para quem não é designer**. São Paulo: Callis, 1995, 7ª edição.