

## EXPOCOM - RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO

<b>INSCRIÇÃO</b>	00039
<b>INSTITUIÇÃO</b>	Universidade Federal de Mato Grosso
<b>CAMPUS</b>	Cuiabá
<b>CIDADE</b>	Cuiabá
<b>UF</b>	MT
<b>CATEGORIA</b>	PP
<b>MODALIDADE</b>	PP10
<b>TÍTULO</b>	Pequenos Detalhes
<b>ESTUDANTE-LÍDER</b>	Ivanna Victória Rodrigues Felizardo
<b>CURSO ESTUDANTE-LÍDER</b>	Comunicação Social - Publicidade e Propaganda
<b>COAUTOR(ES)/ ORIENTADOR(ES) CURSOS:</b>	Mylena Leite Machado (Universidade Federal de Mato Grosso); Rodrigo Augusto Rodrigues Puhl (Universidade Federal de Mato Grosso); Dôuglas Aparecido Ferreira (Universidade Federal de Mato Grosso)

### DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO:

Este trabalho foi desenvolvido no primeiro semestre de 2019, na matéria de Arte e Publicidade, ministrada pelo docente Dôuglas Aparecido Ferreira, que tem como objetivo principal proporcionar um maior conhecimento dos principais movimentos artísticos do período moderno até a contemporaneidade e apontar os possíveis diálogos entre esses e a publicidade. Ao longo da disciplina, foram apresentadas os diferentes traços, cores e construções culturais das principais frentes artísticas, entendendo que essas foram comumente usadas ao longo dos anos pelo ser humano como uma poderosa ferramenta de expressão de suas emoções e sentimentos. Esse saber proporciona um know-how de valores estéticos referentes ao belo, ao equilíbrio e à harmonia, características importantes para o fazer publicitário. A partir desta parte teórica apresentada, foi posto em discussão a relação entre arte e a publicidade, apresentados exemplos de algumas peças que usavam aspectos de diferentes escolas artísticas em sua composição e, como complemento, também foram feitas discussões a partir da leitura de artigos que discorriam sobre essa temática. Como parte das atividades da disciplina, após a parte teórica apresentada, os alunos foram estimulados a desenvolverem uma peça publicitária com apelo institucional para a marca Bic, em comemoração ao dia dos pais. A proposta é que dialogassem a criação com os movimentos artísticos apresentados em uma das obras da mostra de arte "Da sonoridade à cor – O que sabemos de João Pedro Arruda" em exposição no Museu de Artes e Cultura Popular (MACP) da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). Na ocasião, foi utilizada um roteiro para conduzir uma análise detalhada de uma obra escolhida por cada grupo de alunos, de modo que apontassem as principais características que a obra apresentava, levando em consideração cores, texturas, formas e linhas e as relacionassem aos diferentes movimentos artísticos apontadas na parte teórica da matéria. Após a análise da obra de arte, o próximo passo foi pensar em como aplicar sua estética no cartaz a ser desenvolvido. Neste momento, alguns pontos de ligação foram pensados, como o fato da marca comercializar materiais que facilmente poderiam ter sido usados para pintar uma das obras de João Pedro Arruda, pela cor marcante contida nas obras se parecer com o tradicional azul Bic e pela história da empresa comumente utilizar a arte como mote de suas campanhas. O passo seguinte, consistiu na elaboração peça publicitária em si, que deveria conter alguma característica de um dos movimentos artísticos estudados e identificado durante a análise feita na visita ao museu. O objetivo da criação da peça era, além de ser uma divulgação institucional para a marca, reforçar a ideia de como a arte é uma expressão também presente na publicidade de modo que possa servir de inspiração para suas criações.

### DESCRIÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS:

Por meio de uma aula no Museu de Arte e Cultura Popular (MACP) da Universidade Federal de Mato Grosso, os alunos tiveram a experiência de levar o conhecimento teórico sobre Leitura de Imagens para a prática, analisando uma obra de arte presente na exposição "Da sonoridade à cor – O que sabemos de João Pedro Arruda". De acordo com Robert Ott (1988), "os museus como possibilidade de ensino de crítica tornam-se essenciais para o ensino da arte e proporcionam conhecimento artístico básico que pode ser assimilado na visita ao museu e expresso na aula de arte [...]". A metodologia utilizada durante a aula para a execução da

atividade baseou-se no conceito de Image Watching, elaborada pelo autor supracitado. O Image Watching é uma proposta sistemática de leitura de imagens composta por cinco etapas: descrevendo, analisando, interpretando, fundamentando e revelando. Para efetuar a tarefa, escolhemos uma obra da série Boulevard Saint-Michel Paris 1957, feita em 1994, a qual nos mais estimulou esteticamente. Os quadros, muito semelhantes a ilustrações, estavam expostos um ao lado do outro, e tinham 70x50 cm. O quadro escolhido foi elaborado através de técnica mista sobre papel. A obra trata-se de uma memória do artista de sua época vivida em Paris. Seus principais elementos visuais dão esse entendimento, como o corpo presente, uma cabeça aparentemente feminina, um bule e uma xícara. De modo geral, foi notada na obra escolhida a presença de linhas retas horizontais, retas verticais, retas inclinadas, curvas e onduladas. As formas predominantes eram círculos e triângulos. Nela foram utilizados tons de azul, uma cor fria e primária, e tons neutros como o preto, cinza e o bege. Não foi percebido o aspecto textura e nem uma tentativa de reproduzir uma textura por meio do quadro. Percebeu-se que o quadro foi feito com intuito mais expressivo do que detalhista, o artista trouxe para a obra elementos da escola expressionista, dizendo mais sobre si e suas emoções do que sobre a realidade. Os planos da imagem foram segmentados e foram verificados 5 planos. Notou-se uma simetria translacional, movimento de recorte e diagonal, e estética lírica, por ser um quadro que retrata uma situação vivida pelo artista. Tais conceitos foram essenciais para que a leitura da obra e foram utilizados como referência para a elaboração da peça. Na primeira etapa do Image Watching — descrevendo — pede que observe-se a obra estudada como arte. Nesse momento, orientados pelo roteiro disponibilizado pelo professor da disciplina, fizemos uma lista do que estávamos observando na obra. Na etapa seguinte, analisando, buscamos obter dados sobre a obra: a maneira que foi executada e o que pode ser percebido através dela. Neste ponto, o design muitas vezes é o ponto de partida para a compreensão e composição da forma e da obra. Já no item Interpretando, pudemos trazer à tona a emoção que a ela nos despertava. Assim, relatamos o que sentíamos e impressões pessoais. Em Fundamentando relacionamos a obra com os conhecimentos artísticos adquiridos ao longo da disciplina através de textos e aulas expositivas e dialógicas. Por último, na etapa revelando, pudemos expressar nossa experiência com a obra de arte por meio de uma criação publicitária, elaborando um anúncio para o dia dos pais para a marca Bic. Para além dos conhecimentos teóricos adquiridos em sala de aula, o Image Watching possibilitou a educação artística dos alunos, aprimorando a aprendizagem e a compreensão da arte como manifestação da cultura e valores da sociedade. A atividade nos desafiou a trazer para a peça publicitária os traços artísticos da obra analisada. Portanto, os elementos visuais presentes foram importantes de serem observados e analisados. O Image Watching proporcionou a junção do conhecimento teórico com a prática de análise da obra de arte e o estímulo para que, por meio dela, se possa pensar em possibilidades de trazer inspirações de elementos artísticos para a criação de peças publicitárias.

### **DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO:**

A ideia do cartaz produzido veio da situação proposta pelo professor da matéria arte e publicidade, que era: uma peça publicitária inspirada em uma obra artística para os dias dos pais - BIC 2019. Primeiro foi feita a identificação dos elementos gráficos mais marcantes nas obras de João Pedro Arruda. Após a conclusão da identificação, o grupo foi levado a pensar em uma forma de utilizar essas formas gráficas de maneira que fosse possível construir uma mensagem de sensibilidade, afeto e carinho, características fundamentais para campanhas sobre os pais. Foi dado início a um brainstorm, para encontrar a ideia que deveria estar na peça, de modo que fosse inspirada na obra e ao mesmo tempo fosse uma ideia que abrange os atributos da marca. Depois do brainstorm foi definido que iríamos fazer um cartaz, pois ele é utilizado em locais urbanos, possuindo uma leitura rápida, de compreensão fácil, com uma boa distribuição e detém a atenção do consumidor com pouca informação. Nele haveria um desenho de um pai e uma criança, com traços bem marcados, e que eles estariam cercados de linhas curvas e onduladas, além de pinceladas livres, leves e que contornassem o desenho e o acrescentasse detalhes. A redação foi definida como "Ser pai está nos pequenos detalhes". O intuito da frase é representar os pequenos detalhes em ser pai, pois ser pai vai além de afirmar que a criança é sua ou ter um filho. Ser pai está nos cuidados diários, na atenção, carinho, afeto, em cumprir o seu papel, assim como juntar a leitura dos pequenos detalhes na obra de Arruda e o cuidado com os detalhes que as pessoas precisam para desenhar ou escrever com os produtos BIC. Assim, como na obra de Arruda, as cores utilizadas para a produção do material foram o preto, azul, cinza e bege. Então, determinamos um cronograma para a realização do projeto gráfico. Para isso, foram utilizados os programas Adobe Illustrator CC 2019 e o Adobe Photoshop CC 2019 na construção, montagem e finalização do cartaz. O desenho principal do cartaz foi digitalizado através do programa Adobe Illustrator, essa foi a primeira etapa de construção visual do cartaz. O desenho digitalizado foi elaborado com base em um pai e uma criança dormindo juntos, o vetor foi criado por um dos componentes do grupo que trançou as principais linhas de identificação do contorno. Após a finalização do desenho, transferimos o vetor para o programa Adobe Photoshop e demos continuidade ao projeto através dele. Utilizamos a função pincéis do próprio software para criar uma ideia de pintura em uma tonalidade de azul pastel como plano de fundo. Acrescentamos ao projeto corações, desenhados através do Adobe Illustrator CC 2019, com pouca opacidade, para que ficassem suaves na parte inferior do cartaz, eles demonstram o amor envolvido entre um pai e sua criança. Por fim, foi acrescentado linhas curvas, orgânicas e onduladas envolvendo o desenho, além de vetores que simulassem pinceladas em azul. Por fim foi introduzido a redação da peça. A fonte utilizada foi a Magnite Regular. Escolhemos essa fonte por ser cursiva e dialogar com os traços orgânicos do cartaz, a utilizamos em escala menor de maneira que chamasse a atenção do consumidor aos detalhes do cartaz. Além disso, a tipografia escolhida ajuda a construir a ideia de que o trabalho foi feito a mão, de forma delicada, que poderia ser um presente de uma criança para o seu pai. A peça em questão, em formato A3, tem como objetivo ser uma peça avulsa e despertar a atenção das pessoas nas ruas e em lugares fechados como, shoppings e galerias. O desenvolvimento do trabalho possibilitou a prática criativa, redacional e gráfica dos integrantes. Para o seu desenvolvimento foi preciso entender como o processo criativo e de referências estéticas que ocorrem em agência publicitárias, e a importância de se estudar movimentos artísticos para se compreender a criação publicitária, entendendo que ela possa ser uma forma de arte, apesar de sua finalidade comercial.