



Encontro Inter-regiões - Nordeste

Região Nordeste - Evento virtual
De 1 a 31 de outubro de 2020



EXPOCOM - RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO

INSCRIÇÃO	00804
INSTITUIÇÃO	Universidade de Fortaleza
CAMPUS	Edson Queiroz
CIDADE	Fortaleza
UF	CE
CATEGORIA	PP
MODALIDADE	PP10
TÍTULO	Gestalt em Mídia Impressa - Bebelu
ESTUDANTE-LÍDER	Elaine Neves Pereira Mota
CURSO ESTUDANTE-LÍDER	Comunicação Social - Publicidade e Propaganda
COAUTOR(ES)/ ORIENTADOR(ES) CURSOS:	Anna Rebeca Martins Santana (Universidade de Fortaleza); Diego Henrique Oliveira de Paiva (Universidade de Fortaleza)

DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO:

O objetivo deste trabalho é analisar como a Gestalt auxilia na produção publicitária impressa, a partir de um trabalho acadêmico realizado na disciplina de Direção de Arte do curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda. A disciplina de Direção de Arte é obrigatória e referente ao terceiro semestre do curso de Publicidade e Propaganda na Universidade de Fortaleza (Unifor). Entende-se que há inúmeras possibilidades para o profissional de comunicação. E por meio desta disciplina os alunos aprendem as funções e os possíveis encaminhamentos para um Diretor de Arte. E, conseqüentemente, os conceitos básicos necessários na produção publicitária, como composição, hierarquia de informações, tipografia e os demais conceitos. Além disso, na disciplina são trabalhadas algumas ferramentas que auxiliam no processo de soluções de comunicação. E há o incentivo ao aluno no âmbito criativo, levando-o a testar novos conceitos e métodos para criar um design inovador. Gestalt e elementos: Os estudos de Max Wertheimer sobre Gestalt a definem como "o comportamento dos quais não são determinados por seus elementos individuais, mas onde o processo da parte são determinadas pela natureza intrínseca do todo. É o objetivo da Gestalt de determinar a natureza de tais conjuntos" (1924, Max Wertheimer). Já no design, a Gestalt é trabalhada como uma ferramenta auxiliadora na compreensão da recepção da mensagem. E possui seis leis básicas: 1 - Semelhança: os objetos similares na composição se agrupam entre si. 2 - Proximidade: os elementos próximos entre si, tendem a se agrupar, constituindo uma unidade. 3 - Continuidade: é a tendência de seguir uma direção causada por elementos próximos. 4 - Pregnância: quanto mais simples o objeto for, mais simples a forma é assimilada. 5 - Fechamento: tendência de completar elementos que faltam em uma imagem para garantir que será compreendida. 6 - Unidade: preenchimento instintivo dos espaços vazios.

DESCRIÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS:

O briefing solicitado na disciplina, no ano de 2019, foi relacionado à marca cearense de fast food "Bebelu Sanduíches". A Bebelu, antes nomeada de Babalu Sanduíches, fundada em 1986, faz parte do cotidiano de vários jovens cearenses e possui a característica da composição dos seus produtos com ingredientes nordestinos. Além disso, ela transmite um posicionamento jovem, divertido e acessível. No briefing era apresentado o contexto do consumo desse segmento pelo público jovem e solicitava a utilização de um período do ano para o anúncio ser veiculado. O método utilizado no processo criativo da proposta foi a Rede Semântica, onde foram construídos as seguintes relações: atributos da marca, associações diretas, associações indiretas, associações opostas e temas do momento. Os tópicos escolhidos dentre essas relações estavam no âmbito de "comida saudável", "acessível" e "nacional". E o tema do momento, utilizado como oportunidade, foi "férias". Além disso, no briefing foi requisitado que o anúncio produzido fosse para uma revista, no formato de página dupla, e que transmitisse a jovialidade e diversão propostas pela marca. O ambiente digital e as lojas físicas da marca foram utilizados como base para a produção do anúncio, como na escolha das cores, tipografia e elementos visuais aplicados. Também foi considerado os hábitos de consumo dos jovens brasileiros no período de 2018 e nas projeções até 2020. Afinal, é no período das férias que os jovens mais frequentam ambientes desse segmento.

DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO:

As principais inspirações para a peça realizada foram os produtos da marca, especificamente o sanduíche, o qual está dentro do segmento de fast food. Além disso, o ambiente digital presente no cotidiano dos jovens também foi relevante na criação. A paleta de cor utilizada foi baseada nesse elemento, a fim de influenciar na percepção da comida presente e incitar o hábito de consumo. Por isso, cores como vermelho, amarelo, marrom e verde, as quais são muito associadas à sanduíches, foram aplicadas na peça. Além disso, para a composição dos elementos, foi utilizada a Gestalt no design, por meio da sua segunda lei: Lei da Proximidade. As letras da peça foram alocadas próximas umas das outras, de maneira que a sua composição final remetesse ao formato de um sanduíche. E para a associação do jovem no ambiente digital, foi criado um contexto que se passava em uma conversa de WhatsApp. Onde um dos membros convida seus amigos para irem em uma das lojas da Bebelu após o seu encontro. Por conseguinte, conclui-se que o uso da Gestalt como ferramenta na produção publicitária é de grande importância para a construção inovadora de soluções de comunicação que se adequem ao tema e conversem com o público inserido.