

Calendário 2014: É Proibido Comunicar¹

Giulianne Moraes CIDADE²
Joaquim Francisco CORDEIRO NETO³
Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

O presente trabalho tem o objetivo de apresentar o *Calendário 2014: É Proibido Comunicar*, trabalho experimental desenvolvido na disciplina de Programação Visual em Publicidade e Propaganda do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará (UFC), no segundo semestre de 2012. Ainda neste trabalho, o processo de produção é detalhado, desde a elaboração do *briefing*, passando pelo desenvolvimento do conceito, até a fase de produção gráfica e materialização da peça. O *paper* também apresenta o conteúdo do produto, destacando a sua relevância social e a maneira como o uso de um calendário como mídia alternativa foi enriquecedor para o conceito da peça publicitária.

PALAVRAS-CHAVE: publicidade; mídia alternativa; calendário; golpe militar; experimentação.

1 INTRODUÇÃO

No segundo semestre de 2012, os alunos da disciplina de Programação Visual em Publicidade e Propaganda, do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará (UFC), tomaram para si a missão de produzir, individualmente, um calendário com uma série de diretrizes definidas pelo professor e cujo conceito principal deveria referir-se à Comunicação Social. Porém, cada aluno poderia definir um recorte temático a partir do universo da comunicação.

Buscando valorizar o espaço de experimentação na universidade, o professor Joaquim Francisco Cordeiro Neto optou por integrar os tópicos abordados na disciplina – como tipografia, teoria das cores e composição – em um só trabalho, evitando o uso dos tradicionais anúncios publicitários direcionados aos meios de comunicação de massa. O conteúdo que motivou a elaboração do projeto foi, preliminarmente, o desenvolvimento de *rappports*⁴. O *briefing*⁵ incluía, ainda, fundamentos de produção gráfica no uso de cortes diferenciados e diferentes tipos de

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2012, na categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Publicidade em outros meios (avulso).

² Aluna líder e estudante do 3º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará (UFC). Email: giuliannecidade@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Instituto de Cultura e Arte, da Universidade Federal do Ceará (UFC). Email: professor@chiconeto.com.br.

⁴ *Rapport*, “repetição” em francês, diz respeito a organização dos elementos formais contidos no desenho em unidades ou módulos, que se repetem a intervalos constantes, de acordo com um sistema determinado, gerando um padrão.

⁵ “Chama-se *briefing* às informações preliminares contendo todas as instruções que o cliente fornece à agência para orientar os seus trabalhos.” (SANT’ANNA, 1996).

papéis. Os estudantes tiveram acesso a autores que abordavam os fundamentos da programação visual e da história da comunicação visual.

Cada aluno teve como missão inicial a eleição de um tema para seu calendário. Com o direcionamento traçado, começou, então, a ideação e composição de protótipos. Durante o período de duas semanas, os alunos desenvolveram suas peças, tendo a primeira semana para apresentação do conceito criativo, do uso dos elementos e princípios da comunicação visual e do protótipo de uma lâmina para avaliação coletiva. A segunda semana foi dedicada à revisão gráfica e desenvolvimento da peça final. Foi a partir deste processo que o *Calendário 2014: É Proibido Comunicar* nasceu, buscando lembrar a importância dos comunicadores no período da ditadura militar no Brasil.

Este estudo é um registro do percurso de criação da peça. Ele mostra desde o uso de técnicas de *brainstorming*⁶ e mapas mentais⁷ na fase de ideação do exercício, passando pela aplicação dos princípios da programação visual na composição da peça gráfica, até o resultado final como exemplo eficiente do calendário como mídia promocional. Há, ainda, a descrição de fatos relativos às técnicas de produção do trabalho e à relevância social do tema.

A peça ressalta, em sua essência, a importância dos profissionais de comunicação, apresentando o lado não só daqueles que apoiaram o Governo desde o Golpe Militar de 1964⁸, como também dos opositores e resistentes que questionaram a repressão da liberdade democrática de expressão outorgada através das medidas adotadas pelo Governo Militar. De acordo com Célia Costa, falar sobre a repressão significa:

[...] abordar a questão do respeito aos direitos humanos. O acesso às informações nos *arquivos da repressão* ou *sobre a repressão* está previsto no "direito a informação", um dos direitos fundamentais do cidadão assegurado, desde 1948, pela ONU, em sua "Declaração Universal dos Direitos Humanos" (art. 19). (COSTA, 2004, p. 265-266)

2 OBJETIVO

O objetivo principal do trabalho foi possibilitar a fusão entre teorias e práticas aos alunos do segundo semestre de Publicidade e Propaganda, que vivenciaram, pela primeira vez, a produção efetiva de uma peça experimental com características mercadológicas no âmbito acadêmico. O exercício promoveu o percurso por todas as etapas que constituem a

⁶ Técnica desenvolvida por Alex Osborn que diz respeito, de acordo com Predebon, a uma “reunião informal para levantamento de ideias novas, baseada em ausência de julgamentos, com o largo uso de associações, fantasia e bom humor.” (PREDEBON, 2001, p. 90)

⁷ Representações gráficas semelhantes a diagramas, que indicam relações entre conceitos ligados por palavras.

⁸ Golpe militar deflagrado no Brasil na madrugada do dia 31 de março de 1964 contra o governo legalmente constituído de João Goulart.

produção de uma peça publicitária: da elaboração e compreensão do *briefing* junto ao professor orientador, desenvolvimento individual do conceito, análise e revisão de protótipos, produção gráfica e avaliação coletiva do produto final.

Além disso, o *Calendário 2014: É Proibido Comunicar* foi concebido desde o seu desenvolvimento conceitual buscando fornecer informações de caráter histórico. Seu objetivo foi homenagear a resistência dos ativistas sociais da época ditatorial no Brasil que trilharam o caminho da liberdade de expressão. Compreendendo, assim, a importância do papel desempenhado por estes cidadãos no período no qual atuaram, buscando perpetuar na memória daqueles que tivessem acesso ao calendário, mesmo depois de 50 anos do Golpe Militar, o que ocorreu em um passado recente, para que se pudesse ter a certeza de que situações de cerceamento de expressão e desrespeito dos Direitos Humanos não se deseja viver nunca mais.

3 JUSTIFICATIVA

Como já foi dito, os alunos do segundo semestre de Publicidade e Propaganda ainda não tinham estabelecido contato com a prática criativa dentro do ambiente acadêmico. Após abordar teoricamente as vertentes da Programação Visual, o professor optou por unir todo o conteúdo teórico previamente estudado – teoria das cores, princípios de diagramação, edição de imagens, uso de camadas e desenvolvimento de padrões – em um trabalho, proporcionando a vivência da prática experimental publicitária aos seus alunos, sempre oferecendo o suporte necessário aos discentes.

O experimentalismo do trabalho encontra-se desde o momento em que os estudantes puderam participar efetivamente da elaboração do *briefing*, opinando tanto nos parâmetros estéticos que o calendário deveria seguir como nas especificações da etapa de produção gráfica e fechamento de arquivo, sempre sob a tutoria do professor da disciplina. O objetivo ao delimitar tais parâmetros era assegurar a execução de um trabalho de qualidade e trazer unidade temática às peças produzidas, o que não impediu de garantir e revelar as características individuais de cada projeto a partir do recorte temático e do uso individual e criativo dos princípios e elementos da comunicação visual.

Os calendários deveriam, ainda, segundo o *briefing*, ser apresentados com a assinatura dos cursos de Jornalismo e Publicidade da Universidade Federal do Ceará em associação, ou não, a alguma instituição do *terceiro setor*⁹.

Surgiu, então, o primeiro desafio criativo aos alunos: a definição do tema específico. Buscando resolver tal impasse e delimitar o conceito do projeto individual, surgiu-me a ideia de aliar a Comunicação com os Direitos Humanos, um interesse pessoal decorrente da experiência de

⁹ Instituição sem fins lucrativos.

um ano trabalhando na produção de campanhas publicitárias para efetivação dos Direitos Humanos na Agência Experimental do Curso¹⁰. Depois de uma breve pesquisa, a interseção dos conceitos-chave levou à descoberta do Instituto Vladimir Herzog.

A organização social foi constituída no ano de 2009, em 25 de junho, e tem como missão “contribuir para a reflexão e produção de informação que garanta o direito à vida e o direito à justiça” (Disponível em <www.vladimirherzog.org/instituto> Acesso em: 22 abr. 2013). Trata-se de uma organização sem fins lucrativos e com neutralidade político-partidária que busca atingir seus objetivos baseando suas ações em três pilares: preservar, construir e compartilhar. Procurando promover o pilar da “Preservação da história do Brasil com foco especial a partir do Golpe de 1964 e tendo com centro de referência a própria história do jornalista Vladimir Herzog” (Disponível em <www.vladimirherzog.org/instituto> Acesso em: 22 abr. 2013), foi desenvolvido o *Calendário 2014: É Proibido Comunicar*, que se propunha justamente a resgatar a memória do período ditatorial após 50 anos do Golpe Militar no Brasil tomando como inspiração a história de um grande personagem deste momento histórico do país.

O caráter experimental defendido no trabalho mostrou-se verdadeiro desde a concepção do conceito criativo da peça, abordando a temática da Comunicação na ditadura, e sua materialização em um meio alternativo: o calendário. Fazer com que a divulgação do tema ali presente tornasse-se parte do cotidiano da pessoa que o adquirisse é praticar o que Maria Paula Araujo defende em seu seminário sobre as estratégias de luta e resistência contra a Ditadura:

[...] lembrar que nós – como professores, estudantes, pesquisadores – temos, sempre, em qualquer conjuntura e em qualquer circunstância, um importante papel político de defesa e valorização da experiência democrática em nosso país. (ARAUJO, 2004, p. 251)

A estrutura do calendário e sua divisão em quinze lâminas foram de fundamental importância para a exploração e apresentação do tema, pois o recorte eleito não se resumia a um evento específico, mas sim a uma série de acontecimentos em momentos e datas diferentes dentro do período da ditadura militar, fazendo com que a mídia alternativa eleita beneficiasse o conceito da peça promocional. A fragmentação das mídias, decorrente da fragmentação do mercado, é algo que, segundo Kotler, auxilia num melhor direcionamento das estratégias atualmente.

[...] embora a televisão, a revista e outras mídias de massa continuem sendo muito importantes, este domínio está perdendo força. A fragmentação do mercado ocasionou a fragmentação da mídia – numa explosão de mídia mais dirigida que combina melhor com as estratégias mais bem direcionadas de hoje em dia. (KOTLER, 1999, p. 327)

¹⁰ Liga Experimental de Comunicação, agência dos cursos de Publicidade e Jornalismo da UFC.

Foi definido, então, que os meses trariam uma sequência lógica dos acontecimentos, passando desde a tomada do poder pelos militares até o período da campanha das Diretas Já – movimento iniciado em 1983 em busca da redemocratização do Brasil – e o estabelecimento gradual da democracia no país após o fim do regime. Foram incluídos depoimentos de personagens próximos ao mundo da Comunicação, da resistência política e, também, da manutenção do regime.

Em suma, o que justifica a importância da peça apresentada é a maneira como o direito a liberdade de informação é abordado fazendo uso de uma mídia alternativa, o calendário 2014, ano que marca 50 anos após o Golpe. Somado a isso, considera-se ainda o trabalho experimental de produção da peça e a homenagem àqueles que lutaram contra a repressão durante a Ditadura Militar.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

As especificações do produto foram delimitadas a partir do diálogo entre professor e alunos. Em sala de aula, foram determinadas as dimensões do calendário, possibilitando sua confecção em offset digital. Também foi definido que a composição do *layout* deveria seguir a razão áurea – de 1:1,618. –, o que resultou nas medidas de 18x29 cm. Foi acertado que cada calendário deveria trazer doze padrões inéditos, um para cada mês. Também foi resolvido que a técnica de recorte de imagens deveria ser praticada na composição das imagens. Já na produção gráfica, foi obrigatório o uso de mais de um tipo de papel na fabricação da peça. Após isso, cada aluno vivenciou, individualmente, todas as etapas de produção do calendário. O desenvolvimento de um processo invertido – partindo da mídia para chegar a um tema relacionado à comunicação e que dialogasse com o suporte pré-determinado – constituiu outro desafio que atribuiu um caráter experimental ainda mais forte à produção.

No desenvolvimento do conceito criativo do *Calendário 2014: É Proibido Comunicar*, foram utilizados dois métodos: A técnica de *brainstorming*, e o desenvolvimento de um mapa mental, a partir do qual foi possível estabelecer melhor as relações entre as variadas vertentes – muitas destas definidas através do processo de *brainstorming* – dentro do tema central da peça e relacioná-las aos objetivos do Instituto Vladimir Herzog.

O processo de programação visual e expressão gráfica do conceito definido principiou com a escolha do *grid*¹¹ de disposição dos elementos. Para tal, as regras de proporção áurea foram apropriadas com o uso da sequência de Fibonacci¹².

¹¹ Guia para a distribuição dos elementos visuais composto por conjuntos de “regras” como colunas e linhas.

¹² Sequência numérica determinada pela soma dos dois números prévios: 0, 1, 1, 2, 3, 5, 8, 13, 21, 34, 55, 89...

A elaboração da estrutura e disposição dos elementos foi realizada no software Adobe Illustrator, assim como a criação dos doze padrões. O recorte e tratamento das fotografias, sempre buscando imagens com resolução de 300 DPI – *Dots Per Inch*, equivalente em português a *pixels* por polegada – e convertendo-as, quando necessário, para a escala de cinza, foram feitos no software Adobe Photoshop. Os arquivos, após finalizados, foram salvos no formato PDF¹³, incluindo sangria e marcas de corte, com destaque para uma faca de corte diferenciada na parte inferior das lâminas, trazendo o aspecto de “bandeirola”.

O tipo de papel escolhido foi: nas duas lâminas que compuseram a capa utilizou-se papel poliéster 90 g/m² e papel Duo Design 300 g/m², o mesmo utilizado na página dos créditos; para as outras doze lâminas com os meses, papel Markatto Concetto Naturale 250 g/m². A escolha do papel foi pensada para garantir um produto de qualidade e mais resistente levando em consideração a sua função e durabilidade. A encadernação da peça foi feita com arame wire-o branco incluindo suporte para parede.

Restava, enfim, a impressão e encadernação do produto. Dentre as gráficas pesquisadas, foi selecionada aquela que trabalhava com os mesmos *softwares* utilizados no processo de criação do projeto. Desde a impressão do protótipo até a peça final, foi possível conhecer e compreender melhor como o produto digital ganha materialidade.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Como resultado de todo o processo até agora descrito, materializou-se o *Calendário 2014: É Proibido Comunicar*. Trata-se de um calendário de parede com 15 lâminas que busca, ao longo de suas páginas, contar uma história: a da Comunicação depois do Golpe Militar de 1964. Para a escolha do assunto de cada mês foi estabelecida uma sequência lógica de acontecimentos.



Figura 1: As duas lâminas que compõem a capa do *Calendário 2014: É Proibido Comunicar*.

¹³ Padrão aberto para troca de documentos eletrônicos desenvolvido pela Adobe Systems em 1993.

No desenvolvimento dos *rappports* – padrões –, a unidade da peça era reforçada por meio do uso de formas geométricas referentes aos elementos da bandeira do Brasil juntamente com a escolha cromática. As cores variavam entre branco e azul nos meses ímpares e amarelo e verde nos meses pares.



Figura 2: Os doze padrões desenvolvidos para o produto.

As páginas referentes a cada mês possuíam alguns elementos que permaneceram fixos, começando pela disposição da sua massa visual que seguiu a proporção áurea da sequência de Fibonacci. A primeira lâmina – Janeiro – traz uma reflexão geral sobre a produção cultural após o golpe, destituindo desde o início a ideia de que a censura impediu o desenvolvimento do acervo cultural do Brasil. A frase no canto inferior direito – É Proibido Esquecer – traz a identidade do calendário para cada mês, adaptando-se para cada assunto abordado no referido mês.

Fevereiro contempla a questão da propaganda como ferramenta de auxílio dos militares na chegada até o poder. No mês seguinte, referente ao mês do Golpe, traz-se a imagem de Vladimir Herzog, o Vlado, um dos nomes mais fortes do jornalismo da época e que foi o dono da história que inspirou a criação do Instituto Vladimir Herzog. Abril aponta a maneira como a imprensa foi utilizada pelos militares para se sustentarem no poder.

Continuando a sequência de acontecimentos, o mês de Maio apresenta João Batista Figueiredo, um dos governantes cuja relação com a imprensa foi marcada por uma série de conflitos. O sexto mês do ano aborda a conquista do tricampeonato do futebol brasileiro na Copa do Mundo de 1970 lembrando a maneira como o governo utilizou a conquista para alavancar uma campanha a favor de sua gestão. Julho apresenta o governo de outro presidente do Brasil na época, Emílio Médici, que foi o responsável por aplicar a censura para jornais e toda forma de expressão artística.

De Agosto até Outubro, histórias de jornalistas que enfrentaram a censura e foram vítimas das atrocidades praticadas pelo Governo Militar são contadas, ressaltando o inconformismo que os motivou a resistir e lutar pela liberdade de expressão. Aproximando-se do final do ano e buscando uma conclusão dos acontecimentos, Novembro apresenta o

movimento das Diretas Já, que apesar de não ter alcançado o seu objetivo, representou uma das maiores campanhas e movimentos em favor da oposição, contribuindo fortemente para a escalada até o fim do Regime. Por fim, o mês de Dezembro traz uma reflexão sobre a importância que teve a imprensa para reconquistar o caminho democrático ressaltada por Tancredo Neves.

As imagens serviram para complementar o texto, estabelecendo um diálogo direto com este. As datas destacadas em cada mês divergem das datas que são frequentemente ressaltadas nos calendários comuns, pois dialogam com a temática-chave: a comunicação no período ditatorial. Por fim, as frases que constituem as “proibições” no canto inferior direito de cada página servem para reforçar ainda mais a unidade da peça, além de também dialogarem com o texto.



Figura 3: Detalhes da diagramação das lâminas dos meses.

A lâmina dos créditos é a única que diverge do código cromático escolhido ao longo de toda a peça, servindo como uma metáfora do pensamento de Wassily Kandinsky, teórico que lecionou na Bauhaus¹⁴, para o modo como a produção na área da comunicação funcionou após o Golpe Militar de 1964. A metáfora consiste exatamente na maneira como a produção cultural da época se destacou em meio ao ambiente no qual emergira.

[...] sendo o preto a pausa definitiva (o silêncio absoluto), qualquer cor, por mais esmaecida ou acinzentada que seja, “soa” e nos atinge com muito mais força quando tem o preto como pano de fundo, pois, quando há silêncio absoluto, percebemos qualquer manifestação com importância. (BARROS, 2006, p. 192)

As informações contidas na lâmina dos créditos consistem em: um breve texto explicando o conceito do produto e informações técnicas sobre a peça adquirida. É assinada com as marcas do Instituto Vladimir Herzog e do departamento de Comunicação Social da

¹⁴ Escola de artes plásticas, design e arquitetura fundada em 1919, na Alemanha, com o objetivo de unir a arte à indústria. Foi fechada pelo nazismo em 1933.

Universidade Federal do Ceará. Os logotipos também se encontram na capa do calendário, que é composta por duas lâminas complementares (ver figura 1).



Figura 4: Lâmina de créditos.

6 CONSIDERAÇÕES

Na disciplina de Programação Visual em Publicidade e Propaganda, a aliança entre o pensar teórico e o realizar prático deu vida a uma série de peças promocionais. O *Calendário 2014: É Proibido Comunicar* é uma prova material nascida desta interseção positiva. Ele nasceu de uma soma de fatores: a união entre o estudo teórico e a prática da publicidade; a colaboração de toda uma turma no desenvolvimento de um *briefing* que mesmo com parâmetros bem estabelecidos, possibilitou a liberdade criativa de cada aluno; a pesquisa sobre o direito à informação, pilar que sustenta a livre troca de conhecimentos; o uso das teorias, técnicas e ferramentas expostas em sala de aula e o incentivo ao uso de mídias alternativas como possibilidade de inovar na produção publicitária pós-moderna. Documentar uma experiência bem-vinda de aliança entre teoria e prática no ambiente acadêmico é ajudar a destituir os mitos que afastam a atividade experimental do ambiente universitário.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAUJO, Maria Paula. A luta democrática contra o regime militar, 1974-1985, In: **Seminário 40 Anos do Golpe de 1964: Ditadura Militar e Resistência no Brasil**, 2004, Niterói e Rio de Janeiro, Rio de Janeiro: 7Letras, 2004.

BARROS, Lilian Ried Miller. **A cor no processo criativo: Um estudo sobre a Bauhaus e a teoria de Goethe**. São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2006.

COSTA, Célia. Acervos e Repressão, In: **Seminário 40 Anos do Golpe de 1964: Ditadura Militar e Resistência no Brasil**, 2004, Niterói e Rio de Janeiro, Rio de Janeiro: 7Letras, 2004.

KOTLER, Philip. **Marketing para o século XXI**. São Paulo: Editora Futura, 1999.

PREDEBON, José; **Criatividade: abrindo o lado inovador da mente: um caminho para o exercício prático dessa potencialidade, esquecida ou reprimida quando deixamos de ser criança**. São Paulo: Atlas, 2001.

SANT'ANNA, A. **Propaganda: teoria, técnica e prática**. São Paulo: Pioneira, 1996.

WWW.vladimirherzog.org/instituto Acesso em: 22 abr. 2013.