

Cartaz FUSCA¹

Emanuel José Machado DUARTE²
Adryan Kaike Fortaleza Alves MOREIRA³
Bryan Ferreira de SOUZA⁴
Laércio Cruz ESTEVES⁵

Faculdade Estácio do Pará, Belém, Pará

RESUMO

O FUSCA – Festival Universitário de Criação Audiovisual é um festival de curtas, promovido pela Faculdade Estácio do Pará, produzidos por estudantes de Comunicação Social de qualquer instituição, onde inscrevem seus filmes e concorrem a prêmios. Para isso, em 2013, a Agência Experimental da Estácio FAP criou uma campanha de divulgação para estimular as inscrições e promover o evento. Assim, a campanha contou com, além de um VT, cartazes minimalistas que foram espalhados por instituições e redes sociais.

PALAVRAS-CHAVE: FUSCA; Agência Experimental; campanha; cartaz.

1.INTRODUÇÃO

O Festival Universitário de Criação Audiovisual (Fusca) é promovido pela Faculdade Estácio do Pará com o objetivo de revelar, estimular e divulgar as obras audiovisuais inéditas produzidas no por estudantes universitários do estado do Pará.

Poderiam se inscrever para o FUSCA todo e qualquer aluno devidamente matriculado numa instituição de ensino superior do estado do Pará, independente do curso que esteja realizando, desde que comprove seu vínculo com a instituição. A premiação acontece anualmente em alguma sala de cinema escolhida pela organização do evento.

O Festival é dividido em oito categorias, sendo essas: Documentário - consiste num vídeo de temas ligados à realidade, de até cinco a dez minutos de duração (5´ a 10´), incluindo os créditos -; Vídeo Publicitário - consiste num vídeo publicitário ou de propaganda de até um minuto (1´) de duração, podendo ter duração de 15 segundos (15´´),

¹Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Publicidade e Propaganda, Modalidade Cartaz.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, email:

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, email: emanuelmachadod@gmail.com

³ Estudante do 3º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Estácio FAP. Email: kayke25@hotmail.com

⁴ Estudante do 6º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Estácio FAP. Email: bryanfp@outlook.com

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da Estácio FAP. Email: laerciopublicidade@gmail.com

de 30 segundos (30''), de 45 segundos (45'') ou 1 minuto (1') - ; Videoclipe - consiste num vídeo realizado para divulgação ou circulação de músicas, com até cinco minutos de duração (5') - ; Vídeo-minuto - consiste num vídeo de temática livre, mas de duração de até 1 minuto (1'), incluindo os créditos - ; Curta de ficção - consiste num vídeo de temática ficcional, de cinco a dez minutos de duração (5' a 10'), incluindo os créditos - ; Animação: consiste num vídeo de temática livre, utilizando desenhos, ilustrações, objetos materiais ou digitais para sua realização. O vídeo deve ter duração de até de três a cinco minutos (3' a 5'), incluindo os créditos - ; Fusca Comunidade: consiste num vídeo de três a sete minutos (3' a 7'), com temática comunitária, incluindo os créditos - ; Cartaz - consiste numa peça gráfica impressa no formato A3, para divulgação do vídeo inscrito (cartaz do vídeo) - .

Além destas categorias, há 3 prêmios especiais em que todos os filmes concorrem independente da categoria a qual pertençam: Melhor Vídeo do Júri Especializado - definido pelos votos da Comissão Julgadora - ; Melhor Vídeo do Júri Popular - definido em votação no dia do evento pelo público presente - ; Melhor Cartaz - definido pelos votos da Comissão Julgadora - .

A escolha é feita por um júri especializado, como críticos de cinema, jornalistas, colunistas, publicitários e professores, devidamente escolhidos e chamados pelos organizadores do evento.

Em 2013, O vencedor também participou de mostras itinerantes para 7 cidades do norte do País e acompanhou o Instituto Cultural Amazônia Brasil, em Festivais Internacionais de Cinema, para Los Angeles, no Brazilian Film Festival; Nova York, Cinema Tropical; e participou de projeções em espaços públicos no Japão, nos estados de Tóquio, Hamamatsu, além de se apresentar na Universidade de Kyoto, com Eduardo Souza – diretor de cinema, diretor da produtora Nekaron e pres. do Instituto Cultural Amazônia Brasil – ICAB.

No grande dia do evento, além da exibição dos filmes selecionados para a premiação, o Festival contou com a apresentação especial da Cia. de danças Clara Pinto, com o espetáculo, que faz homenagem à Líbero Luxardo. A Apresentação do Fusca foi feita pela jornalista Amanda Pereira, apresentadora do programa É do Pará, da TV Liberal.

Com isso, a divulgação do Festival, suas inscrições e o dia do evento, toda a campanha é estipulada à Agência Experimental da Estácio FAP. A Agência escolhe uma linha criativa de campanha, a qual utiliza várias peças publicitárias. Além de um VT lançado no dia de lançamento da edição na faculdade e nas redes sociais, A campanha

recebeu uma identidade visual como referências em artes minimalistas para a produção de banner, mídias digitais e impressas.

O VT produzido fez um recorte de um suposto comentário caído nas redes sociais por um jovem gamer, sobre a possibilidade de uma bomba que está plantada em um fusca (veículo automotivo) deixando assim caos, medo e pânico pela cidade de Belém do Pará. Por isso, as artes dos cartazes brincaram com a imagem de fuscas, com influência do *pop art* misturadas a imagens de bombas, remetendo-se ao filme publicitário.

2 OBJETIVO

Utilizar a criatividade dos membros da agência experimental, para criar uma campanha publicitária minimalista com estratégias que atinjam o público-alvo: os universitários do estado do Pará, e assim promover um bom evento, com uma boa e criativa identidade visual, utilizando o estilo minimalista, estimulando suas ideias para a produção de seus próprios curtas, e assim, inscrição no FUSCA.

3 JUSTIFICATIVA

Por ainda ser pouco incentivado no estado, o meio audiovisual ainda não é valorizado como deveria ser, e por isso o FUSCA vem com a proposta de novos olhares, novos incentivos e estímulos a produção de filmes.

Ao utilizar uma campanha minimalista, os cartazes ganham uma identidade limpa, diferente e interpretativa, onde brinca com a imaginação do público-alvo, quando a antiga identidade visual do FUSCA precisava ser mudada, portanto a melhor saída foi escolhida como as artes minimalistas.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS

Para o Cartaz de divulgação, como uma campanha nova e limpa, foi usado como inspiração o movimento minimalista.

A palavra minimalismo refere-se a um conjunto de movimentos artísticos e culturais que percorreram vários momentos do século XX, aparecendo nos anos 60, nos Estados Unidos, com movimentos de design, literais e musicais.

As obras minimalistas são marcadas pela simplicidade, quando possuem um mínimo de recursos e elementos. A pintura minimalista usa um número limitado de cores e privilegia formas geométricas simples, repetidas simetricamente. (SANTOS, 2011, p. 35)

O Minimalismo tem como marca a simplicidade, com poucas cores, formas e textos. Sendo assim, é influente no design, quando é usado no ramo empresarial, por meio da propaganda e seus ramos e na arquitetura. É influente também na literatura, quando o texto passa a ser direto, claro, sem muitas palavras, mas passam a ideia do autor, como também na música, com melodias simples, com poucas e fáceis notas.

No decurso da história da arte, durante o século XX, houve três grandes tendências que poderiam ser chamadas de “minimalistas”: (manifestações minimalistas: construtivismo, vanguarda russa, modernismo). Os construtivistas por meio da experimentação formal procuravam uma linguagem universal da arte, passível de ser absorvida por toda humanidade. A segunda e mais importante fase do movimento surgiu de artistas como Sol LeWitt, Frank Stella, Donald Judd e Robert Smithson, cuja produção tendia ultrapassar os conceitos tradicionais sobre a necessidade do suporte: procuravam estudar as possibilidades estéticas a partir de estruturas bi ou tridimensionais. (LOPES, 2013, *online*)

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Após os estudos e pesquisas diante do minimalismo e o Pop Art , foi decidido como iria ser iniciado os layouts de campanha. Começaram-se os rascunhos das artes, que seriam em banners e cartazes impressos e digitais. Pelo conceito da campanha da bomba (notícia) e a palavra “fusca”, que remete ao Festival e ao modelo de automóvel, da marca Volkswagen, foi feita a relação entre a bomba e o fusca, lembrando sempre do minimalismo, com formas e poucas cores.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A campanha recebeu uma identidade visual toda baseada em uma paleta de cores inspirada no movimento artístico Pop Art, referenciados no minimalismo para seus cartazes. Desse modo, foram produzidos 4 cartazes que seguem a mesma linha criativa, unido formas que produzem imagens de fusca e de bombas, em relação ao VT.

Com dimensão para um Super A3 (329 x 483 mm), o cartaz segue a linha minimalista, e o conceito de campanha, quando quer mostrar a maior simplicidade, com a menor quantidade de texto o possível, e conseqüentemente de informações, sem perder o conteúdo e a mensagem que quer ser passada., quando o texto completa a imagem e a imagem completa o texto.

Cores vivas e contrastantes caracterizam o layout, unindo-se ao uso de uma fonte simples (Helvética), sem serifa, que pode ser formal e informal, adaptando-se perfeitamente ao objetivo da criação.



Cartaz 01 FUSCA



Cartaz 02 FUSCA



Cartaz 03 FUSCA



Cartaz 04 FUSCA

6 CONSIDERAÇÕES

O trabalho inteiro, toda a campanha, foi produzida pela vontade de fazer um trabalho diferenciado, com uma cara nova, para um festival inovador. Por meio de pesquisa e *insights* criativos, foi buscado o minimalismo para a realização da identidade visual.

Misturar o Fusca, o carro antigo que vive até hoje, o Festival FUSCA, o minimalismo e a notícia bombástica foi um desafio aceito que deu bons frutos. A campanha foi veiculada com sucesso entre as instituições e resultou na melhor forma de propaganda: a propaganda *boca-a-boca*.

Os próprios alunos se incentivaram, pela ajuda da campanha, a fazer seus filmes e suas inscrições. Muitos curtas inscritos e evento lotado, o FUSCA 2013 “bombou”, e sua campanha foi realizada com sucesso.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LOPES, Patrícia. **Minimalismo**. Equipe Brasil Escola, 2013 (online). Disponível em: <http://www.brasilecola.com/artes/minimalismo.htm>. Acessado em 24 de mar. de 2014

SANTOS, Aline. **A influência da Arte na moda**: a evolução do jeans. Monografia de especialização. Universidade Cândido Mendes: Rio de Janeiro, 2011.