

Surge de uma ideia. Festival de Publicidade do Amazonas¹

Igor José Oliveira da SILVA²

Larissa Pompeu da Silva BRITO³

Marie Jane Neves EONEZAVA⁴

Nathalya Rodrigues BRANDÃO⁵

Márcio Alexandre dos Santos SILVA⁶

Centro Universitário do Norte – Uninorte/Laureate, Manaus, AM

RESUMO

Trabalho de Ilustração sobre Frida Kahlo, produzida por alunos de publicidade e propaganda, criada com o intuito de criar uma ilustração para divulgar a campanha do III Festival de Publicidade do Amazonas para retratar a grande artista e sua invenção para que o acadêmico ou o profissional de Publicidade e Propaganda venha a ser atraído a expor sua campanha a participar do Festival. Peça desenhada a mão e aperfeiçoada pela ferramenta Adobe Illustrator, a partir de um autorretrato servindo de inspiração.

PALAVRAS-CHAVE: criação, festival, Frida, ilustração, publicidade.

1. INTRODUÇÃO

O Festival de Publicidade do Amazonas foi criado no ano de 2010 como forma de integrar acadêmicos e profissionais de Publicidade e Propaganda que já atuam no mercado manauara, incentivando a exposição dos projetos e peças publicitárias para que possam concorrer ao Troféu Onça Pintada nas categorias existentes.

No ano de 2014 aconteceu a terceira edição do Festival de Publicidade do Amazonas e Ciclo de Palestras Publicidade em Diálogo, realizado pelo Centro Universitário do Norte – Uninorte Laureate e financiado pelo Fundação de Amparo à Pesquisa no Amazonas - Fapeam, tendo como tema de campanha “Tudo Surge de Uma Ideia”.

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Interdisciplinar, modalidade Charge/Caricatura/Ilustração.

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: oliveira.igor89@gmail.com.

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: lpomperb@gmail.com.

⁴ Egresso do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, e-mail: marie.eonezava1@gmail.com

⁵ Estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, email: nathalyarb@hotmail.com.

⁶ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda, email: alexandre395@gmail.com.

O autor Bo Bergström afirma em seu livro *Fundamentos da Comunicação Visual* (2009, P.88) que “uma boa ideia, talvez descoberta por acaso, é um pensamento que oferece a primeira visão de um problema, ou um ponto de partida para uma solução”, e com base nisso o tema “Tudo Surge de Uma Ideia” nasceu, com princípio de que tudo tem um ponto de partida, todas as coisas são criadas a partir de um pensamento ou experiência vivida por alguma pessoa.

2. OBJETIVO

Criação de peças que expressem de maneira criativa o tema da campanha e atinja o público alvo demonstrando que tudo que foi criado, por grandes artistas do mundo ou pelos próprios publicitários e acadêmicos, que formam o público alvo, surgiram de alguma ideia, algo em sua experiência de vida ou em sua maneira de ver o mundo trouxe uma ideia e dessa ideia surgiu algo, nesse caso, as criações dos grandes artistas e as peças publicitárias que seriam expostas no festival, ideias essas que segundo Bergström (2009, p.88):

Uma boa ideia também é aquilo que influencia o receptor sem que ele tenha escolha, e pode consistir em um ponto de vista atenuador da imprensa, uma forma sutil de combinar texto e imagens em uma campanha.

A partir da ideia motivada por Bergström, surgiu a proposta da ilustração, com cores contrastantes e texto simples, que instigue o público a pensar e debater sobre essa proposta.

3. JUSTIFICATIVA

Desde os tempos pré-históricos o homem se comunicava através de desenhos que ilustravam de forma eficaz a mensagem para o seu próximo. Newton Cesar (2006, p.210) diz que “a pré-história fez história com rabiscos” e desde então o homem tem feito história através de suas ilustrações.

Uma forma que encontramos para passar essa mensagem foi utilizando a imagem de grandes personalidades culturais ou científicas. Após algumas pesquisas e estudos, personalidades como Frida Kahlo, Santos Dumont, Steve Jobs, Salvador Dalí, Charlie

Chaplin, Pelé, Albert Einstein foram selecionados e foi feita uma ilustração própria junto com sua obra. Mensagem essa que foi centralizada em forma de ideia, que segundo Sant'anna (2014, p.135):

É verdade que, algumas vezes, se desenvolve uma ideia por um processo que parece geração espontânea. Mas toda ideia deve ter um ponto de partida, com base em algo concreto. Nada nasce do nada.

Assim como Sant'anna afirmou, a intenção era mostrar que assim como essas grandes personalidades tiveram suas obras iniciadas a partir de alguma simples ideia e conseguiram produzir grandes feitos, os acadêmicos e profissionais da área publicitária também podem.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Tratando-se de publicidade, a imagem possui a função de descrever as qualidade e características de um produto, no caso, um evento, e o recurso de ilustração foi considerado o mais adequado para o nosso objetivo de comunicação, sendo flexível ao público que, em sua maioria, é constituído por jovens universitários que estão sempre à procura de inovação e inspiração. Tendo em vista isso, segundo Sant'anna (2014, p.188):

A ilustração de um anúncio tem de servir para reforçar os valores da atenção, de compreensão, de memorabilidade e de credibilidade do texto, e só tem interesse na medida em que aumenta o rendimento do texto não ilustrado

Como afirma Sant'anna, a ilustração pode ser utilizada para afirmar valores que o autor quer passar, como se trata de desenho, a leitura e interpretação se facilita ao mesmo tempo que gera a discussão saudável entre o público.

A partir de um autorretrato (figura 1), foram produzidos alguns raves (figura 2) para a simulação de como a ilustração ficaria após a vetorização.

O processo de criação das ilustrações dos cartazes teve como principal objetivo de gerar experiência ao receptor. O aspecto descritivo, representa e identifica o elemento. O princípio de todo o processo foi a ideia de caracterizar personalidades marcantes do mundo

cultural e científico de acordo com a intenção do evento: a de que toda ideia surge de algum lugar/acontecimento.

A ideia foi executada no Adobe Illustrator, para que seguisse a linha dos outros cartazes que tiveram como principais características as cores fortes e contrastantes entre si.

Figura 1 - Pintura "Self-Portrait II" (1940) - Frida Kahlo



Figura 2 - Rafe de criação



5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A pintora mexicana Frida Kahlo (1907-1954), conhecida mundialmente, teve sua história marcada por criatividade e persistência, apesar das dores e sofrimento, sempre procurou superar seus obstáculos, mantendo inspiração e autorretratos, foi a personalidade feminina escolhida para a representação do Festival.

A imagem minimalista, que utiliza poucas cores e com repetições simétricas fala por si, já que apenas a silhueta e características mais importantes aparecem na ilustração. Kahlo destacava-se por suas sobrancelhas marcantes, suas cores e acessórios de formas exuberantes, logo, comprova-se que, nesta ilustração, o contraste principal entre cores frias e quentes foi fundamental para caracterizar não só o evento, mas, também, a personalidade da mexicana.

A escolha das cores predominantes na ilustração, o verde e o laranja, além de serem próximas às cores da pintura original, foram escolhidas por serem duas cores contrastantes, que chamam atenção pelo olhar do público. A cor de fundo é a mesma utilizada na camisa Frida, assim como a cor da tipografia é utilizada na ilustração, em detalhes como estampa da camisa e a flor.

Ao final, podemos afirmar que, ao fazer a leitura da imagem, a ilustração conseguiu tornar-se perceptiva, ou seja, ser percebida facilmente pelo que a imagem representa, levando em conta o assunto e projeção da forma de ser e de pensar do receptor; foi possível identificar os elementos que a compõem, tais como elementos morfológicos e cores; e ser interpretada pelo seu significado, atendendo ao poder evocativo e simbólico.

A ilustração (Figura 1) foi reproduzida em meios como banners, cartazes e mídia digital.

Figura 1 - Cartaz montado



6. CONSIDERAÇÕES

A ilustração conseguiu cumprir a discussão sobre as ideias das personalidades culturais e científicas. Cada obra, pequena ou grande nasce de uma ideia, uma experiência vivida pelo criador, nasceu da vontade de contar alguma história ou expressar alguma vontade. Com isso, os alunos envolvidos no processo puderam aprender e desfrutar de tal técnica e conceito para aprimorarem seus conhecimentos.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERGSTRÖM, Bo. **Fundamentos da Comunicação Visual**. São Paulo: Edições Rosari, 2009.

SANT'ANNA, Armando; JUNIOR, Ismael Rocha; GARCIA, Luiz Fernando Dabul. **Propaganda: Teoria, Técnica e Prática**. 8.ed. São Paulo: Cengage Learning, 2014.