

Seja Belas Artes¹

Alef Junior Rodrigues da SILVA²
Pedro Gabriel Campos de OLIVEIRA³
Giovane Diego da CUNHA⁴
Leonardo Henrique THEISS⁵
Micheli Carolina VICENZI⁶
Anderson SACHETTI⁷
Deivi Eduardo OLIARI⁸
Felipe Colvara TEIXEIRA⁹

Centro Universitário Leonardo da Vinci, Indaial, SC

RESUMO

Este trabalho foi desenvolvido para integrar as disciplinas de Fotografia Publicitária, Design Gráfico, Produção Gráfica, Criação Publicitária e Redação, decorrentes no semestre de 2015/2. Com um design limpo o cartaz terá destaque entre as demais mídias, transparecem o anúncio de forma direta e criativa, além de ser uma mídia econômica financeiramente e produtiva, a reprodução é de baixo custo. O objetivo da peça é sensibilizar o público da reflexão sobre arte e criatividade. Acreditamos que o resultado apresenta a interdisciplinaridade das disciplinas envolvidas no curso até o momento.

PALAVRAS-CHAVE: Arte; Cartaz; Criação; Criatividade; Publicidade e Propaganda.

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho foi elaborado por acadêmicos do curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Leonardo da Vinci.

O planejamento do projeto iniciou-se com uma Contextualização Histórica, Política O trabalho vai apresentar um cartaz para a Faculdade Belas Artes, ele foi realizado através de clientes fictícios, sorteadas entre os alunos da disciplina de Fotografia

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Produção Transdisciplinar, Modalidade PP10 – Cartaz.

² Aluno líder do grupo e egresso do Curso Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da UNIASSELVI, e-mail: rodrigues-alef@hotmail.com

³ Egresso do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da UNIASSELVI.

⁴ Egresso do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da UNIASSELVI.

⁵ Egresso do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da UNIASSELVI.

⁶ Egresso do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da UNIASSELVI.

⁷ Egresso do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da UNIASSELVI.

⁸ Orientador do trabalho. Professor e Coordenador do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da UNIASSELVI.

⁹ Orientador do trabalho. Professor do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da UNIASSELVI.

Publicitária para a criação de uma peça gráfica que represente a palavra sem apoio de texto. Nossa palavra foi CRIATIVIDADE. A criatividade surge a partir da necessidade de algo.

Pessoas criativas buscam solucionar problemas existentes ou que podem vir a existir, como dinamizar trabalhos ou processos, contornar falta de recursos ou até mesmo acabar com o tédio. A Belas Artes proporciona um espaço de troca de dialogo onde a criatividade de cada um é respeitada e incentivada. Criar é um aspecto essencial de expressar-se.

Um cartaz/anúncio criativo, gera em quem o recebe, uma admiração sincera, e ele cede de bom grado a esse julgamento. O fugaz é tão comum – “puxa! Que anúncio bem bolado!” pode ser meio caminho andado para fazer seu admirador comprar o produto. Afinal, convencer é uma forma de vencer. (BARRETO, 1982, p.135)

2 OBJETIVO

Utilizando os conceitos passados em sala de aula, onde o objetivo era criar uma peça gráfica apenas com imagem através de uma fotografia, criamos um cartaz onde a imagem transmitisse todo o conceito da mensagem. Atingindo o público que está interessado sobre como usar a criatividade através das artes.

Os elementos da foto comunicam como a criatividade não é apenas espontânea, muitas vezes vem do esforço em solucionar algo e de experiências vividas, gerando um repertorio para criar algo, e o objeto é mostrar que através de uma reflexão e de um preparo, pode se conseguir excelentes resultados.

Uma imagem transmite ideias, emoções. Reproduz com fidelidade a verdade dos fatos ou, no caso da propaganda, o produto. Ainda na propaganda, inúmeras são as imagens que enfeitam, disfarçam o produto e enganam a realidade. Mas é por causa da imagem que a publicidade se tornou uma forma tão poderosa de comunicação, digo sem susto. (CÉSAR, 2000, p.209)

3 JUSTIFICATIVA

Pelo fato de ser de fácil percepção utilizamos o cartaz, desta forma procuramos ser objetivos quanto a produção da imagem. Usando as técnicas vistas em sala na disciplina de redação, se estudou o conceito de que “menos é mais” muitas vezes no que quer se passar com determinado anúncio. Optamos por uma fotografia como principal elemento da peça pois foi o desafio proposto pelo professor através da disciplina de Fotografia Publicitária.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Dados os objetivos do trabalho, o próximo passo é decidir como atingir esses objetivos, através da peça.

A foto produzida é vertical para anúncio em cartaz, plano aberto, luz ambiente suave, flash rebatido suave mostrando toda a cena de forma homogênea com sombra da esquerda para a direita, foco no primeiro plano.

No tratamento da imagem, foi suavizada as marcas na pele e foi aumentado os tons de preto para marcar as linhas do desenho na parede através do programa Adobe Photoshop CS6. Para a diagramação e finalização da peça foi usado também o Adobe Photoshop CS6.



Imagem 1 – produção da imagem

Fonte: autores

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O ambiente usado para a produção da foto foi uma agencia de design. O cenário é apenas uma parede branca com uma ilustração com traços pretos bem marcados. A ilustração é uma cabeça de uma pessoa com carros, pessoas e animais saindo de seus cabelos, remetendo a ideia de que os pensamentos podem criar inúmeras ideias. A parede branca serve para mostrar que a partir de uma ‘tela’ em branco, pode-se criar uma incrível arte. Foi usado como modelo um dos integrantes do grupo para representar as pessoas que

querem ingressar na Faculdade Belas Artes. Dispor os elementos de uma foto depende muito do ponto de vista de cada fotógrafo. Tecnicamente falando, a composição nada mais é do que dispor, ainda que mentalmente, as formas, as linhas, os pesos, os tons, as cores e a importância das coisas. (CÉSAR, 2011 p.2013)

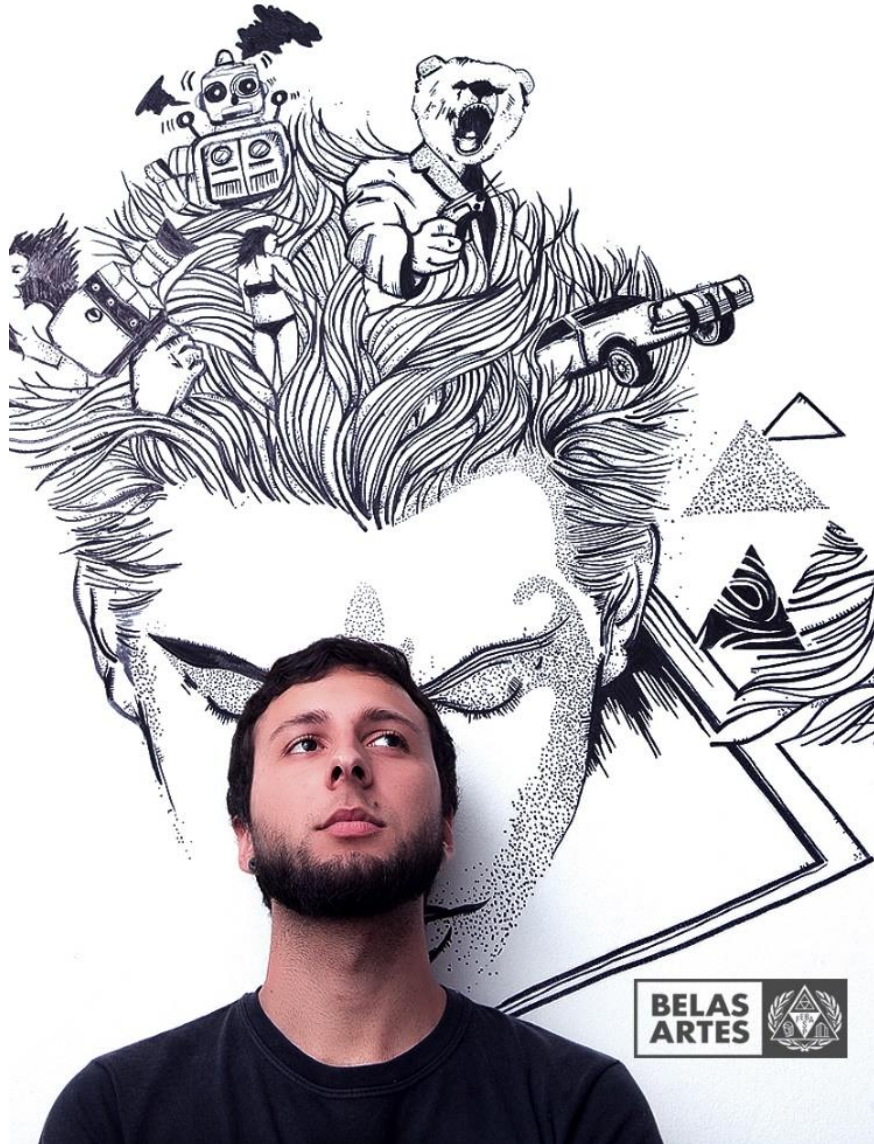


Imagem 2 – Cartaz final

Fonte: autores

6 CONSIDERAÇÕES

A dificuldade de comunicar algo através apenas de uma imagem, sem o complemento de um texto foi algo percebido nesse trabalho. E a palavra sorteada a mim é possivelmente uma das bases da criação no meio publicitário que é CRIATIVIDADE, que foi usada para produzir esse trabalho.

O trabalho evidencia a função da criatividade para a criação de peças publicitárias e o esforço para alcançar esse objetivo.

“Portanto qualquer criação tem que se preocupar principalmente com os signos que representam o público a ser atingido” (OLIARI, 2004, p.11).

Acreditamos que atingimos o público alvo do cliente.

REFERÊNCIAS

CESAR, Newton. **Direção de Arte em Propaganda**. 8ª ed. Brasília: SENAC, 2006.

BARRETO, Roberto Mena. **Criatividade em propaganda**. São Paulo: Editora Summus, 1982.

BELAS ARTES. História. Disponível em:
<http://www.belasartes.br/site/belasartes/institucional/historia/>,
Acesso em 14/04.2016

OLIARI, Deivi Eduardo. A Semiótica: A Base para a Linguagem Visual. Anais Intercom 2004. Disponível:
[http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/73655737924032966186108606362373237573.p](http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/73655737924032966186108606362373237573.pdf)
df. Acesso em: 14/04/2016