



CARTAZ DE DIVULGAÇÃO DO PROJETO CINEMATIC'S¹ **Releitura social através da sétima arte**

Mariana DINELLY²

Alber PASCOAL³

Luiza Elayne AZEVEDO⁴

Universidade Federal do Amazonas - Ufam

RESUMO

O cartaz Cinematic's tem como assinaturas a Universidade Federal do Amazonas e o PET Comunicação⁵ e foi produzido objetivando a divulgação do projeto Cinematic's – Releitura social através da sétima arte⁶. Possui uma imagem central criada especialmente para a peça que busca sintetizar as características e ideais do projeto, a utilização do cinema como veículo educador e provedor de intelectualidade nas escolas.

PALAVRAS-CHAVE: cartaz; cinema; educação; comunicação; propaganda.

INTRODUÇÃO

Este *paper* tem explanará sobre o cartaz produzido no segundo semestre de 2010 para a divulgação do projeto Cinematic's, a ser realizado no primeiro semestre de 2011, na Escola Estadual Djalma Batista, localizada em Manaus – AM.

O cartaz tem como premissa a divulgação do projeto Cinematic's – Releitura social através da sétima arte, um dos projetos de extensão do PET Comunicação, que tem como proposta a inserção do cinema na sala de aula, como plataforma de educação e estimulador da análise crítica a respeito de temas relevantes para nossa sociedade contemporânea.

Este projeto apresenta uma abordagem acerca do posicionamento crítico dos estudantes do ensino fundamental da rede pública de ensino em relação às obras cinematográficas, buscando instigar o senso crítico destes, sobre temáticas atuais, especificamente, sobre a indústria cultural e sua influência na construção do perfil social

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Produção Editorial e Produção Transdisciplinar em Comunicação, modalidade Design gráfico (avulso).

² Acadêmica do 7º. Período de Comunicação Social – Relações Públicas, e-mail: mari_dinelly@hotmail.com.

³ Acadêmico do 7º. Período de Comunicação Social – Relações Públicas, e-mail: alber_pascoal@hotmail.com.

⁴ Prof.^a Dr.^a do Departamento de Comunicação Social da Ufam, e-mail: luindia@uol.com.br.

⁵ Programa de Educação Tutorial de Comunicação da Universidade Federal do Amazonas

⁶ <http://cinematics-petcom.blogspot.com>

dos jovens. Desenvolvendo atividades em torno da análise de filmes, envolvimento artístico e lúdico com novas artes, articulando o cinema com o teatro e a música, por exemplo.⁷



RELEITURA SOCIAL ATRAVÉS DA SÉTIMA ARTE

Ilustração 1 – Logotipo do projeto

As atividades do projeto são postas em prática durante quatro meses em uma escola escolhida pelos integrantes da equipe Cinematic's, as ações são realizadas a partir de um planejamento anterior a esse período, as práticas em sala de aula, e posterior publicação dos resultados do projeto.

2 OBJETIVO

Objetivando a aproximação inicial entre o projeto e os potenciais alunos participantes, é que foi criado o cartaz do projeto Cinematic's. A peça tem como função criar a curiosidade e conseqüente busca por maiores informações por parte dos alunos junto à diretoria da escola. Após essa fase o cartaz também terá a função de marco presencial do projeto enquanto o mesmo é realizado nas dependências escolares.

O público a ser alcançado pelo cartaz são estudantes do ensino fundamental, professores e funcionários da escola em o projeto estará sendo realizado, para familiarização e difusão da credibilidade de suas ações e também, na Universidade Federal do Amazonas, em locais estratégicos, como Departamento de Comunicação, tendo como público os acadêmicos e docentes de Comunicação Social, estes possíveis colaboradores, esta ação de divulgação se faz necessária para tornar popularizar o projeto junto ao público universitário.

Sant'anna afirma sobre a mídia cartaz: “(...) pelo tamanho e pelas cores exercem impacto sobre o público e pela repetida exibição conseguem influir, fixar uma mensagem breve e veicular uma impressão”. (SANT'ANNA, 1998, p. 235).

⁷ Fragmento retirado do projeto original do Cinematic's .



3 JUSTIFICATIVA

Este trabalho é justificado pela necessidade de divulgação de projetos de extensão, tais como o Cinematic's, junto à comunidade acadêmica seja para a popularização de suas ações, seja para a aproximação entre esta comunidade e a público que circunda a universidade pública, mostrando sua presença na sociedade.

Outra razão que justifica a produção desta peça é criação de uma identidade forte para o projeto fixando-o no imaginário de nosso público de interesse. Além de colocarmos em prática conceitos adquiridos em obras de publicidade e propaganda, relações públicas, semiótica, artes, linguagens da comunicação, identidade marcaria, tipografia e cores para a construção de um veículo de qualidade.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Primeiramente, foi realizada uma pesquisa junto ao público de interesse do projeto, alunos do ensino fundamental da Escola Estadual Djalma Batista. Diante do cenário encontrado pode-se traçar uma estratégia de abordagem eficaz, um cartaz que fosse adequado a esse público.

Com base nessas informações foi concebida a produção da peça, com pesquisa em sites especializados, sobre cinema, *design* gráfico e livros sobre cinema para aprofundamento do tema principal do cartaz. Também foram realizadas reuniões com a participação da equipe do projeto para definição de que linha de abordagem iria ser utilizada.

Foram coletadas imagens que serviram de referência de objetos (cinematógrafo), utilizou-se o software CorelDRAW X5 (para a criação do elementos gráficos e o texto inseridos no cartaz finalizado).

Quanto à visão teórica necessária para a criação de uma peça conceitual, tornou-se necessária a imersão no ambiente da direção da arte, tipografia, *design* gráfico, das cores e conhecimentos que circundam o fator produção de peças publicitárias impressas. Para suprir tal necessidade, foi praticada a leitura de algumas obras referentes a esses conceitos como, por exemplo, equilíbrio e contraste, organização, com o intuito de alcançar o melhor resultado possível quando do cartaz pronto.

4.1 A mídia utilizada

A escolha da mídia cartaz foi definida a partir da necessidade de divulgação do projeto para um público presente em locais de grande fluxo de pessoas (Escola Estadual e Universidade Federal). Esse tipo de situação, em que o público dispõe de pouco tempo para leitura e necessita de informações objetivas, tem como forma mais eficiente de alcance do público a mídia cartaz como reitera Armando Sant’anna: “(...) pelo seu tamanho e pelas cores exercem impacto sobre o público e pela repetida exibição conseguem influir, fixar uma mensagem breve e veicular uma impressão.” (SANT’ANNA, 1998, p. 235).

Outro fato que influenciou na escolha dessa mídia, foi seu custo reduzido de produção e impressão, em relação à outros meios de comunicação tradicionais, por que sua impressão ser feita em papel A3 ((297 mm x 420 mm), sistema de quatro cores (policromia) CMYK⁸.

4.2 Concepção da ideia

Para iniciar a criação do cartaz fez se necessário adquirir conceitos a respeito do tema principal, cinema e a utilização das TIC’s (Tecnologias de Informação e Comunicação), que tem essa comprovação de sua importância: “(...) o cinema, enquanto indústria cultural, também é forma de mídia moderna, voltada cada vez mais para um espectador formado pelas novas TIC”. (NAPOLITANO, 2010, p.14).

A partir desse entendimento tornou-se mais fácil o foco nos conceitos verdadeiros a respeito do tema e conseqüente coerência na representação gráfica dos elementos presentes no cartaz, sintetizando de forma simples e objetiva esses conceitos mais complexos. Essa afirmação é comprovada por Santa’anna: “Para que um cartaz seja eficiente é preciso ter as seguintes virtudes: (...) clareza e vigor na sugestão...”. (SANT’ANNA, 1998, p.238).

Essa objetividade de um assunto mais complexo foi possível através do uso de um objeto bastante representativo para as pessoas quando se fala em cinema, o cinematógrafo, câmera usada para as filmagens das películas, por ser reconhecida instantaneamente mesmo que apenas por sua imagem.

Como o público de interesse do projeto e do cartaz são adolescentes, estudantes do ensino fundamental, e o tema cinema na escola, buscou-se representar de forma condizente essa união entre público e objeto, no caso entre cinematógrafo e uma dupla de alunos felizes, formando juntos um signo icônico ou ícone. O mix entre essas duas imagens

⁸ C= ciano, M= magenta, Y= yellow, K= Black.

transmitindo a ideia de união e participação ativa dos alunos tornou-se possível por meio do desenho vetorial (traços), para dar o “efeito fino-grosso” do traço, comumente usado em arte. Outro ponto importante a ser citado é a sensação de fantasia e jovialidade proposta pelo desenho feito a partir de traços, por isso a escolha desse efeito, intenção que é coerente com nosso público. A respeito do signo icônico Torben Vestergaard e Kim Schroder dizem: “Num ícone, a relação entre signo e objeto ou é natural ou motivada. A similitude pode variar desde as mesmas necessidades físicas até uma remota igualdade de uso. Da mesma forma a similaridade pode depender de uma convenção, em maior ou menor medida: um círculo com três linhas e uma curva representará um rosto humano sorridente ou triste, conforme a curva esteja voltada para cima ou para baixo.” (VESTERGAARD E SCHRODER, 2000, p. 32).

Para complementar a imagem central do cartaz propôs-se um fundo dinâmico, com variações das cores utilizadas no logotipo do Cinematic’s, cores estas cada uma com uma representatividade (ver item 5.3). Este fundo tem como objetivo mostrar a união entre as mais diversas variações de tecnologias de informação e comunicação e sua utilização como o fundo do cartaz busca reforçar a ideia das TIC’s como pano de fundo do cinema como plataforma educadora representado pela imagem principal do cartaz.

4.3 Layout (Leiaute)

O *layout* do cartaz possui no centro uma imagem criada especialmente para a esta mídia, um signo, que segundo Ferdinand Sausurre:

“Trata-se de uma concepção diática da relação existente entre um significante, imagem acústica, e um significado, conceito. Embora uma tal definição se preste particularmente ao signo linguístico, muitos autores buscaram aplicá-los a outros sistemas de signo, como pintura, cinema, etc. (SAUSSURE apud SANTAELLA, 2004, p.78).

Este signo criado trata-se de um cinematógrafo que se transforma em duas pessoas com o sorriso aberto que tem como significado o cinema como fator influenciador nas relações sociais e educacionais das pessoas.

O fundo do cartaz é constituído por variações suaves das cinco cores usadas no logotipo do projeto, mais especificamente, na sigla TIC’S, essas variações estão em formas retangulares, fazendo referência aos pixels⁹, transparentes, uma sobrepondo as outras

⁹ Unidade de medida digital formada por pequenos quadrados, milhões de pixels formam uma imagem digital inteira.

formando uma terceira cor, efeito esse que tem o intuito de mostrar uma união entre tecnologias na busca por um objetivo em comum, daí também sua distribuição no cartaz que vai desde o topo até a sua base, com uma leve fusão com o logotipo do Cinematic's, para causar uma sensação de continuidade e profundidade na visualização.

5.3 Paleta cromática

Quanto às cores usadas¹⁰: o vermelho que representa alegria comunicativa; o azul que representa a intelectualidade; o verde representa serenidade; o roxo representando a fantasia e o amarelo representando adolescência; todas essas associações feitas em relação às características do projeto. As cores foram inseridas propositalmente na sigla “TIC's” para descrevê-las subjetivamente como verdadeiras fontes de todos os sentimentos citados, tudo isso juntamente com a palavra “cinema”, que por sinal está em tom acinzentado, pois a cor cinza representa passado, comumente associado a esta arte mais que centenária e o preto que também uma grande simbologia junto ao cinema, por causa da baixa iluminação usada nas salas de cinema quando da exibição dos filmes.

Referencial retirado do livro: Psicodinâmica das cores em Comunicação (FARINA, 2003. p. 112 a 115)

5.4 Disposição do texto

O conteúdo textual contido no cartaz é bem reduzido adequando às características dessa mídia como ensina Cesar: “Coloque as informações básicas, aquelas que não podem deixar de constar e procure sintetizar todo o conteúdo da ideia na imagem e no título”. (CESAR, 2000, p. 53). Assim sendo as informações presentes são: o texto que faz referência às atividades desempenhadas no projeto, que está inserido da forma vertical na lateral direita para se destacar na totalidade do cartaz e os contatos via *web* para maiores informações no canto inferior esquerdo.

As tipografias usadas no cartaz são a ETH Bold usada no texto “releitura social através da sétima arte” em caixa alta para destaque e legibilidade por ser uma fonte com aspecto contemporâneo e elegante e está escrita na forma vertical (ângulo rotativo de 90°) para ser um fator de equilíbrio na organização gráfica dos elementos. As informações necessárias para contato (e-mail e blog) estão escritos com a fonte **Futura Md BT Regular** por ser uma fonte moderna e de boa legibilidade para informações de endereço na *web*.

¹⁰ Referencial retirado do livro: Psicodinâmica das cores em Comunicação (FARINA, 2003. p. 112 a 115).

No canto inferior direito estão as assinaturas com as logomarcas da Universidade Federal do Amazonas - Ufam e do PET Comunicação conferindo um sentido de finalização da visualização do cartaz, pelo fato da lógica da leitura ocidental ser do topo esquerdo para a base direita, no sentido diagonal.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O cartaz produzido possui as dimensões de formato A3 (297 mm x 420 mm), pode ser impresso em gráfica expressa, com impressão tipo *offset* ou impressão digital, com as cores baseadas na paleta CMYK, em papel couchê brilho fosco, gramatura¹¹ 150 gramas, com essas especificações seguidas é viável a manutenção da legibilidade e do padrão cromático e consequente absorção da mensagem em seu sentido integral. Seu *layout* possui um fundo com cores cada uma representando uma característica do projeto, uma imagem central que tem como significado primordial do Cinematic's, uma releitura social através da sétima arte. Esses elementos juntamente com o texto têm por objetivo se adequar ao formato dessa mídia, com uma leitura rápida e uma transmissão eficiente da mensagem.

6 CONSIDERAÇÕES

A produção da peça gráfica cartaz para o projeto Cinematic's foi de grande importância para o aprendizado de novos conceitos, e por seu uso possuir uma aplicação real se fez necessário pensar em todas as possibilidades de confecção, desde a pesquisa a respeito do público ao qual se direciona a mensagem inserida no cartaz até a produção propriamente dita da peça e sua impressão final.

Em relação à vivência enquanto estudantes foi uma experiência de muito agregadora em nossa vida acadêmica, que fortaleceu e muito nossa visão sobre todo o processo de criação de uma peça publicitária.

E com essa quantidade respeitável de conhecimentos adquiridos buscou-se a produção de um cartaz que fosse condizente com os objetivos existentes no projeto Cinematic's e coerente com a mensagem proposta a se transmitir.

¹¹ A gramatura é a medida de peso do metro quadrado de um determinado papel. Quanto maior for a gramatura, mais encorpado será o papel.



APÊNDICES

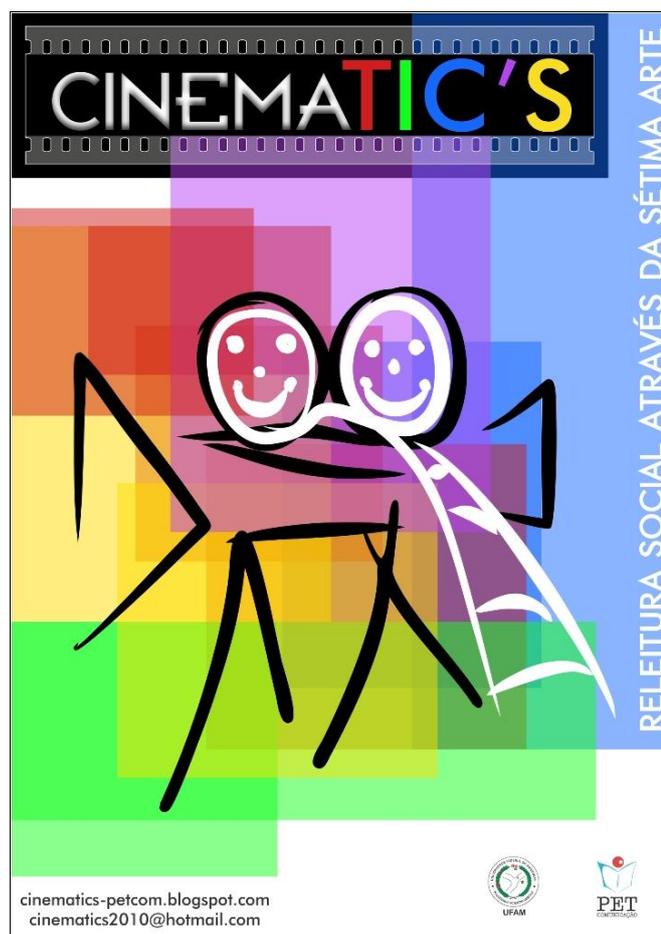


Ilustração 2 – Cartaz Cinematic's

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CESAR, N. **Direção de Arte em propaganda**. São Paulo: Ed. Futura, 2000.

FARINA, M. **Psicodinâmica das Cores em Comunicação**. São Paulo: Ed. Edgar Blucher LTDA, 2003.

NAPOLITANO, M. **Como usar o cinema na sala de aula**. São Paulo: Ed. Contexto, 2010.

SANTAELLA, L. **Comunicação e Semiótica**. São Paulo: Ed. Hacker, 2004.

SANT'ANNA, A. **Propaganda: teoria, método e prática**. São Paulo: Ed. Pioneira, 1998.



VESTERGAARD, T. SCHRODER, K. **A linguagem da propaganda.** São Paulo: Ed. Martins Fontes, 2000.