



CARTAZ: TCC ECA/UnP 2010¹

Caio Fernandes²
Diana Barbosa de Souza³
Ernani Silveira Neto⁴
Ivan Dotti Guimarães⁵
José Gabriel Maximiano⁶
Rafael Tigre⁷

RESUMO

Com a finalidade de divulgar a apresentação dos TCC da Escola de Comunicação e Artes da Universidade Potiguar foi Elaborado um Cartaz. Os alunos do 8º período de comunicação social (publicidade) desenvolveram através de elementos da Direção de Arte e da Linguagem Publicitária uma peça que tem como proposta estética as sensações de belo e grotesco experimentadas pelas artes.

PALAVRAS-CHAVE: Publicidade; UnP; Cartaz; Belo; Grotesco

1 INTRODUÇÃO

Produzido no segundo semestre de 2010 o cartaz do TCC da ECA/UnP, busca dialogar diretamente com os estudantes, o grupo teve a preocupação quanto a utilização de cores, elementos gráficos e textuais que representassem as sensações que uma boa idéia pode causar ao percorrer o cérebro de uma pessoa criativa.

2 OBJETIVO

¹ Trabalho submetido ao XII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Cartaz.

² Estudante do 8º, Ano do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Potiguar – UNP.

³ Estudante do 8º, Ano do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Potiguar – UNP.

⁴ Estudante do 8º, Ano do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Potiguar – UNP.

⁵ Estudante do 8º, Ano do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Potiguar – UNP.

⁶ Estudante do 8º, Ano do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Potiguar – UNP.

⁷ Aluno líder do grupo e estudante do 8º Ano do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Potiguar – UnP.



Transmitir ao público-alvo, as informações sobre as apresentações dos Trabalhos de Conclusão de Curso, gerar interesse por parte do *target*.

3 JUSTIFICATIVA

As técnicas de diagramação e criação publicitárias são como fórmulas matemáticas, elementos distintos somados a tendências populares geram peças artísticas, desse modo as teorias estudadas em classe ajudam os estudantes a desenvolver um olhar sensível e artístico que será útil em suas carreiras.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Primeiramente foi estudado o perfil dos alunos interessados em comunicação social, um brainstorm inicialmente serviu para peneirar os elementos mais recorrentes, após a escolha dos elementos foi confeccionado o *layout* do cartaz no software Adobe Photoshop CS4.

4.1 MÍDIA: Cartaz

O processo de apresentação dos TCC de Publicidade da UnP é um evento onde muitos estudantes e docentes se encontram para apresentar suas pesquisas anuais, afim de divulgar essa prática, era necessário a criação de material publicitário, devido a ausência de verba o cartaz se mostrou como peça mais viável, pois, seria espalhado pela instituição e não demandaria verba de inserção, fazendo com que aqueles que se deparassem com a peça, se interessassem a ponto de acessar o site do evento e fossem conduzidos às informações.

4.2 CONCEITO

O Grupo focou-se em um tema específico, as sinapses geradas por uma boa ideia e as sensações que ela pode desencadear em nosso cérebro, o elemento principal do



cartaz mostra uma pessoa em um momento de *insights* que pode-se traduzir como o momento da boa idéia, buscando um dialogo direto com publico alvo.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Na elaboração do cartaz foram levados em conta vários fatores determinantes para a criação da peça, cores, arquétipos, diagramação e proporção foram aplicados pela direção de arte afim de concentrar a atenção do espectador para as informações do evento e ao mesmo tempo dialogar através das imagens subliminares contidas na arte, para alcançar esse ideal utilizamos signos angelicais e grafismos modernos para criar uma composição que apresenta varias leituras, os aspectos de belo e grotesco estão contidos nessa peça, pois ao usar elementos distintos quebramos os padrões caracterizando o grotesco, as figuras angelicais que são naturalmente belas compõem parte da peça.





FIGURA 1: CARTAZ TCC PUBLICIDADE E PROPAGANDA 2010

Sobre as cores sabe-se que são de extrema importância no processo de convencimento do consumidor, pois além de suas reações psicológicas, garante a expressividade da peça, a tipografia da peça apresenta traços leves e arredondados a fim de ser dinâmico, as informações mais importantes estão localizadas na parte inferior da peça, dividindo o espaço com a concepção artística, garantindo a harmonia da peça.

6 CONSIDERAÇÕES

Durante a elaboração do cartaz, buscou-se extrair visualmente as possibilidades que uma simples idéia pode trazer a uma mente criativa, as características dos jovens publicitários estão expressas subliminarmente nas cores e nos elementos gráficos utilizados nessa composição, já que uma idéia pode romper os limites da imaginação.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- SAMPAIO, R. **Propaganda de A a Z**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
FARINA, M. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. São Paulo: Edgar Blucher, 1986.
JUNG, C. G. **O homem e seus símbolos**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1964.