



MTV - Carlinhos Brown¹

Samuel MÁRIO²

Eva OLIVEIRA³

Gustavo PINHEIRO⁴

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

O cartaz do Especial MTV Carlinhos Brown foi desenvolvido na cadeira de Direção de Arte, cujo exercício era trabalhar a profusão dos elementos num cartaz de divulgação de um show que seria exibido na televisão. Além disso, era preciso organizar os elementos da peça ao redor de um pólo central que seria o cantor escolhido. Na peça do Carlinhos Brown foram utilizados elementos que representassem tanto o lado musical do cantor quanto seu lado visual – o africano.

PALAVRAS-CHAVE: Propaganda; Cartaz; MTV; Música; Carlinhos Brown.

INTRODUÇÃO

O cartaz divulga um show que seria transmitido ao vivo pela MTV Brasil, pois o canal, eventualmente, exibe shows especiais, ao vivo ou gravado, com artistas brasileiros e internacionais. Assim, a partir das informações obtidas sobre a comunicação da MTV, que é jovial e bem humorada, e do estilo musical do cantor Carlinhos Brown, foi possível desenvolver um cartaz que expressasse os valores da empresa.

A MTV Brasil – pertencente ao Grupo Abril - é a maior rede jovem do país e a sétima maior rede de televisão do Brasil. Ela foi a primeira TV segmentada do Brasil, lançada em 1990, e atualmente, a emissora tem cobertura de 18 milhões de lares, em 300 cidades.

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Cartaz (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 6º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará, email: samuellmario@gmail.com.

³ Estudante do 6º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará, email: euevaf@gmail.com.

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará, email: pinheirogustavo@hotmail.com.

A MTV Brasil é conhecida por ser um canal jovem e ter uma programação musical com clipes, shows, etc. No entanto, recentemente, acrescentou reality shows à programação. Ela também é conhecida por incorporar, no seu estilo visual, um toque brasileiro, com suas cores vibrantes e fortes.

2 OBJETIVO

Criar um cartaz a fim de divulgar a transmissão ao vivo de um show no canal MTV Brasil, utilizando elementos visuais que fizessem referência ao cantor escolhido e seu estilo musical. Além disso, deveria ter uma linguagem simples e de fácil compreensão, que fizesse com que o público-alvo – os jovens - ao lê-lo já o relacionasse ao artista.

3 JUSTIFICATIVA

Numa cultura que é voltada quase que totalmente para o visual, como é a contemporânea, o cartaz tem seu valor dentro de uma campanha publicitária. No entanto, ele vem como mídia secundária⁵, vem para auxiliar, dar suporte às outras mídias. Isto se dá, pelas próprias características do cartaz. Os textos devem ser curtos e de fácil compreensão, devido à velocidade de deslocamento do indivíduo que irá ler. O cartaz tenta atrair o olhar do leitor por meio de ilustrações ou fotografias, e divulgar uma informação visualmente. Assim, a melhor definição de cartaz moderno é que ele é:

“uma imagem em geral colorida contendo normalmente um único tema e acompanhando de um texto condutor, que raramente ultrapassa dez ou vinte palavras, portador de um único argumento. É feito para ser colado e exposto à visão do transeunte.” (MOLES, 1987, p. 44)

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para criação do *layout* da peça foram utilizados elementos que tivessem referências à cultura africana, e que fossem facilmente reconhecidos e relacionados a tal cultura. Para isso foram utilizadas as mandalas tribais africanas como referência, no design do cartaz (Figuras 1 e 2). As mandalas são formadas a partir de um ponto central, indo para a periferia, sendo símbolo da totalidade, integração e harmonia.

⁵ Isto depende do posicionamento da campanha. Em caso de shows e festas, o cartaz pode se tornar a mídia principal ou única.



Figura 1 – Mandala africana



Figura 2 - Mandala aplicada na peça

Outro estilo presente na peça é o dos tapetes marroquinos (Figura 3), que têm padrões geométricos na horizontal. Estes padrões foram postos na lateral para formar uma borda (Figura 4).



Figura 3 – Tapete Marroquino



Figura 4 – Padrão lateral Repetitivo

Além disso, para deixar a peça mais atual, foram mesclados aos elementos mais rudimentares – tapete e mandala, alguns elementos da *Art Nouveau* - arabescos de origem floral, determinando formas delicadas, sinuosas, ondulantes.

Foram usadas, na peça, as cores verde, amarela, preta e vermelha, pois são as que melhor representam a África. Elas são utilizadas para ilustrar a identidade africana, e são chamadas de cores Pan-africanas⁶. Alguns países, entre eles: África do Sul, Gana e Camarões, combinam de três a quatro cores desta paleta, em suas bandeiras. Para complementar e enriquecer a paleta de cores da peça, foi acrescentado o marrom e suas tonalidades. No fundo foi usado um degradê do marrom (CMYK: 25,41,64,2) para o branco, deixando mais suave no meio, e mais forte nas extremidades.

Quanto à organização gráfica dos elementos no *layout* (Figura 5), levou-se em conta o padrão de simetria dos pólos 1 e 3 ao redor do círculo central (Pólo 2), no qual está a

⁶ O pan-africanismo é uma ideologia que propõe a união de todos os povos de África como forma de potenciar a voz do continente no contexto internacional. Existem duas diferentes combinações de três cores para as Cores Pan-Africanas: o verde, dourado e vermelho, primeiramente usados na Bandeira da Etiópia, e vermelho, preto e verde adotadas pela Associação Universal para o Progresso Negro, AUPN. (Fonte: Wikipédia)

ilustração do rosto de Carlinhos Brown. Os pólos 1 e 3 não são iguais, mas têm pesos equivalentes na peça, eles são correspondentes graficamente. No pólo 1, está o texto; e no pólo 2, está a assinatura da peça (logo da MTV), que faz contra peso ao texto, dando equilíbrio a arte.



Figura 5 – Organização dos pólos

Teve-se também uma preocupação em não poluir demais a peça, por isso foram deixados alguns espaços em “branco” para amenizar, e deixar a arte do cartaz mais agradável. Para contribuir para essa “limpeza”, a relação “elemento – fundo”, é inversamente proporcional, ou seja, quanto mais elementos na região mais suave é o degradê do fundo. Por exemplo, no centro se concentram os elementos, e nas extremidades eles vão diminuindo, já as cores, vão num caminho inverso.

Falando sobre a redação do cartaz: “*O mundo todo já cantou A Namorada de Carlinhos Brown. E nesta sexta (05), você vai poder cantá-la ao vivo, às 22h, na MTV*”; ele segue a linha criativa humorística e ambígua, ao fazer uma brincadeira com a palavra “cantou”, que ganha dois significados: cantar – paquerar e cantar – musical, o que deixa a peça mais descontraída. Essas duas linhas criativas foram escolhidas, pois elas enriquecem o texto e são recursos para deixá-lo mais simpático. (HOOF E GABRIELLI, 2004, p. 41 e 45).



A tipografia utilizada no cartaz é a *Alte Haas Grotesk Bold*. Ela foi escolhida, por ser um tipo sem serifa, que se assemelha a Helvética, diferenciando-se por ser mais arredondada. A intenção é não poluir, e sim facilitar a leitura.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A peça mede 29,8 cm de largura e 53 cm de altura, foi produzida colorida para valorizar as ilustrações da peça, buscando dessa forma, atrair a atenção das pessoas. O conceito criativo do material é o “estilo tribal africano”. Para que a peça se relacionasse a este estilo, foram escolhidas tonalidades que representassem o estilo africano, no caso as cores Pan-Africanas acrescida pelo marrom. As ilustrações presentes nas peças corroboram esse conceito ao utilizarem elementos simbólicos que remetem ao continente africano.

6 CONSIDERAÇÕES

O cartaz não foi veiculado pela MTV, por se tratar de um trabalho experimental, desenvolvido na cadeira de Direção de Arte, do curso de Publicidade e Propaganda da UFC; e por se tratar de um show ser fictício. Por ser um trabalho universitário, houve liberdade criativa, mas sem sair da linha jovem da MTV; e foi importante para a equipe, pois proporcionou aprendizagem e uma nova perspectiva sobre os conceitos de direção de arte.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

HOOFF, Tânia; GABRIELLI, Lourdes. **Redação Publicitária**. Rio de Janeiro: Ed. Elsevier, 2004.

MOLES, Abraham Antonie. **O Cartaz**. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1987.

REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS

DONOS DA MÍDIA. **As redes de TV**. Disponível em: <<http://donosdamidia.com.br/redes/tv>>. Acesso em: 13 maio 2011.

PLANETA SUSTENTÁVEL. **Trajatória pioneira**. Disponível em: <http://planetasustentavel.abril.com.br/noticia/abril/patrocinador_227200.shtml>. Acesso em: 13 maio 2011.

WIKIPÉDIA. **Cores pan-africanas**. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Cores_pan-africanas>. Acesso em: 12 maio 2011.

WIKIPÉDIA. **Pan-africanismo**. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Pan-africanismo>>. Acesso em: 12 maio 2011.