



**Ylê Bela Oyá**  
**(Casa da bela Iansã)**

Keila Serruya

Márcio Rodrigues

Marcio Eduardo

Thaís Jemima

Carlos André

Rosângela Magno

Carine Porto

Michelle Marques

Paulo Simonetti

Centro Universitário do Norte - UNINORTE

**1. Apresentação**

Trabalho requerido pelo professor Paulo Simonetti, que ministrava a disciplina História da Arte, no segundo semestre do ano de 2007, para a turma de 4º período de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda.

Primeiro foram formados grupos de trabalho, o grupo em questão, recebeu como cliente uma loja de artigos religiosos. O resultado deveria ser entregue em formato de banner com três peças publicitárias, sendo elas mobiliário urbano, outdoor e logo marca.

**2. Objetivos**

Identificar como os elementos estéticos vistos na disciplina de história da arte poderiam ser aplicados nas campanhas publicitárias, e utilizá-los para contexto o requerido.

Portanto deveria ser escolhido um determinado período da arte, implementar sua utilização dentro da peça publicitária, e assim observar quais os benefícios que a disciplina de História da Arte trouxe para os estudantes de graduação de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda.



### 3. Justificativa

Foi escolhido pelo grupo, uma loja que venda produtos para religiões afro brasileiras (umbanda, candomblé e quibanda).

Essa escolha foi feita baseada em dois motivos de grande relevância.

O primeiro foi está consciente da dificuldade que teríamos na utilização da abordagem, como fazer para atingir esse de público alvo, tão reduzido na sociedade (pois segundo o IBGE 30 % dos seguidores das religiões afros, se desvincularam entre a década de 1980 e 1991), de forma eficaz. Sabemos que os mesmos sofrem com represarias e pré-conceitos, todavia não queríamos em hipótese alguma ofender o dogma de qualquer cidadão. Apenas lembrá-lo de seus ritos afros de final de ano, que são praticados como fonte de prosperidade para ano vindouro.

O segundo motivo foi à grande possibilidade estética que esse tipo de religião traria em referência aos seus deuses e imagens míticas. Seus líderes influentes, suas estórias, imagens ricas em cores, e movimento.

A imagem utilizada para a logomarca (anexo 01-pg 04), é da mãe-de-santo Stella, do terreiro Ilê Axé Opô Afonjá, em Salvador, que foi tombado como patrimônio nacional. Mãe Stella é a mãe-de-santo mais influente do país, uma senhora de 74 que foi em sua juventude perseguida pela polícia por motivo de ser de religião afro.

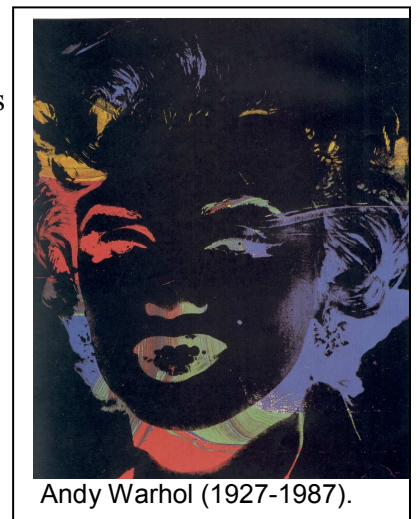
### 4. Métodos e técnicas utilizados

Foi utilizado para a elaboração do trabalho técnicas de Pop Arte, arte americana aplicada pela primeira vez em 1974, pelo crítico inglês Andy Warhol.

A fonte de inspiração para esses artistas era o cotidiano, a proposta era romper qualquer barreira entre a arte e a vida comum.

Para esses artistas as imagens do ambiente urbano, a vida, as personalidades políticas e artísticas e a tecnologia industrial eram fontes de inspiração.

Essa técnica foi aplicada na logomarca do Ilê Bela Oyá, pois o rosto da mãe-de-santo mais influente no país, foi estampado como imagem de reconhecimento instantâneo para seu público alvo. Mesmo a casa de produtos religiosos afro brasileiros Ylê Bela Oyá, tendo como prospecção novos adébitos de seus rituais para o final de ano, seu foco principal não poderia deixar de ser colocado com clareza. Esse foco são seus fiéis e todas as informações que carregam sobre sua religião.



Andy Warhol (1927-1987).



Uma pesquisa foi feita para o entendimento da religião afro, vários sites foram lidos, porém só alguns serviram para a elaboração do trabalho. Um pouco antes da finalização do trabalho fomos à procura de alguns adéritos da religião, e então mostramos a campanha à eles.

O resultado da pesquisa foi satisfatório, pois o reconhecimento do público foi instantâneo, surgiram perguntas como: “\_Quando loja chegar a cidade? Quem é o dono? Vai abrir algum terreiro novo?”. Os mesmos disseram que pela qualidade da publicidade, a loja os pareceu rica em artigos e cheia de novidades.

Um triângulo foi utilizado para a logomarca, o mesmo foi usado como símbolo de fertilidade, e o mesmo foi inspirado através da arte paleolítica (pré-história), com sua deusa Vênus e seus quadris e seios fartos, para a representação de uma sociedade matriarcal, assim como na maioria dos terreiros brasileiros, (porém é importante ressaltar que em alguns terreiros isso não acontece, porque as religiões afro não tem “regras” nem “normas” por escrito, isso significa que o saber é passado de uma pessoa a outra através apenas de ritos e não utilizando documentos, como acontece na maioria das outras religiões).

Os dois deuses que foram utilizados foram Iemanjá, que é uma deusa da hídrica em forma de sereia, que representa força e proteção o outro orixá que foi utilizado foi Oxoci deus que representa o mato e a terra. Então as peças foram feitas como água e terra, e suas respectivas representações.

Para expressar as imagens dos santos houve um tratamento das imagens (que ocorreu no Photo Shop - programa de computador que manipula imagens), o efeito escolhido foi um que lembrava o primeiro movimento de Arte Moderna que foi o impressionismo. O impressionismo teve como primeira exposição a cidade de Paris em 1874, essa nova busca era retratar a mudança de luz, o contorno do desenho não era nítido e esse efeito em questão que foi usado como fonte para aplicação nas peças.

Na parte textual das peças publicitárias, usamos um verbo na forma imperativa, esqueça. Isso traz ao público uma reflexão sobre a importância da prática das coisas que os mesmos acham que irá trazer felicidade e prosperidade.



Anexo 01: Logomarca



Anexo 02: Mobiliário urbano



Anexo 03 : Outdoor



Anexo 04: Banner usado para a apresentação



## Referências

- SANTOS, Maria da Graça Vieira Proença dos. A história da arte. São Paulo: Ed. Ática, 2001
- Site de busca. <[www.google.com.br/imagens](http://www.google.com.br/imagens)> Acesso em: 01 de novembro de 2007
- Site de busca.< <http://pt.wikipedia.org/wiki/Candombl%C3%A9>> Acesso em: 01 de novembro de 2007.
- Site. <<http://orixas.com.br/portal3/>> Acesso em: 05 de novembro de 2007.
- Site.<<http://epoca.globo.com/edic/19991213/soci2.htm> - tit> Acesso em: 06 de novembro de 2007.
- Site.< <http://br.geocities.com/orixasesp/>> Acesso em: 06 de novembro de 2007.
- Site.< <http://www.bahia-online.net/Candomble.htm>> Acesso em: 07 de novembro de 2007.
- Site.< <http://dofonodelogum.sites.uol.com.br/>> Acesso em 11 de novembro de 2007.

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XIX Expocom, na categoria C Publicidade, modalidade C2.1 Produto Impresso, como representante da Região Norte.

<sup>2</sup> Keila Serruya, aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social habilitação em Publicidade e propaganda da UNINORTE, email: [classecine@hotmail.com](mailto:classecine@hotmail.com)

<sup>3</sup> Marcio Rodrigues estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social habilitação em Publicidade e Propaganda da UNINORTE, email: [norotico26@hotmail.com](mailto:norotico26@hotmail.com)

<sup>4</sup> Marcio Eduardo estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social habilitação em Publicidade e Propaganda da UNINORTE, email: [me3@hotmail.com](mailto:me3@hotmail.com)

<sup>5</sup> Thais Jemima estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social habilitação em Publicidade e Propaganda da UNINORTE, email: [me3@hotmail.com](mailto:me3@hotmail.com)

<sup>6</sup> Carlos André estudante do 5º Semestre do Curso de Comunicação Social habilitação em Publicidade e Propaganda da UNINORTE. email: [c\\_andre\\_18@hotmail.com](mailto:c_andre_18@hotmail.com)

<sup>7</sup> Rosângela Magno estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social habilitação em Publicidade e Propaganda da UNINORTE, email: [rosangelamagno@hotmail.com](mailto:rosangelamagno@hotmail.com)

<sup>8</sup> Carine Porto estudante do 5º Semestre do Curso de Comunicação Social habilitação em Publicidade e Propaganda da UNINORTE. Email: [carine@crepama.com.br](mailto:carine@crepama.com.br)

<sup>9</sup> Michelle Marques do 5º Semestre do Curso de Comunicação Social habilitação em Publicidade e Propaganda da UNINORTE. email: [michellecme@hotmail.com](mailto:michellecme@hotmail.com)

<sup>10</sup> Paulo Simonetti orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social da UNINORTE, email: [psimonetti@uninorte.com.br](mailto:psimonetti@uninorte.com.br)