

## **15 Grandes Nomes da História da Arte<sup>1</sup>**

Bianca Soares da Silva<sup>3</sup>

Eduardo Lemes da Costa<sup>3</sup>

Felipe Fosalusa Ferreira<sup>2</sup>

Murillo Villalon Perecinotto<sup>3</sup>

Priscila Souza Silva<sup>3</sup>

Osmarina Conceição dos Santos<sup>3</sup>

Osmir Santana<sup>3</sup>

Suzany Pavanelli Nalão<sup>3</sup>

Professor Marcelo Prada<sup>4</sup>

Anhanguera Educacional, Santa Bárbara d'Oeste, SP

### **RESUMO**

A agência experimental *Mente Aberta*, composto por oito estudantes universitários do curso de Comunicação Social – Hab. Publicidade e Propaganda tiveram como proposta vinda dos docentes o trabalho interdisciplinar que tem como objetivo fazer a divulgação do livro “15 Grandes Nomes da História da Arte” criado pelos alunos da agência com a intenção de fornecer a um público geral, ou, em particular estudantes interessados pelos estudos das artes plásticas e arte-educação. O trabalho tem como objetivo principal o estudo científico e detalhado de uma campanha para a divulgação do livro, visando estudar e analisar o funcionamento da divulgação de um determinado produto desde sua criação até seu destino final, o consumidor.

**PALAVRAS-CHAVE:** história; arte; artistas; quadro; pintura; estética; livro; escultura

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Estudante, modalidade Capa de Livro.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 1º. Semestre do Curso Comunicação Social – Hab. Publicidade e Propaganda, email: felipe.ff@live.com.

<sup>3</sup> Estudantes do 1º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Hab. Publicidade e Propaganda.

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso Comunicação Social – Hab. Publicidade e Propaganda, email: mprada@dumkt.com.br.

## **INTRODUÇÃO**

“Arte antes de mais nada é uma palavra. Objeto estético feito para ser apreciado pelos seus valores.” (Fontes, 2001, p. 12)

O livro “15 Grandes Nomes da História da Arte” tem como princípios fundamentais adaptar-se as realidades de vida adquiridas pelo ser humano, pela sua evolução e a busca constante de um aprendizado curto, claro e objetivo. Um livro voltado para o público universitário e apreciadores da arte.

Se falando em arte, podemos afirmar que muitas pessoas ainda não possuem conhecimentos de suas técnicas, beleza e evolução, muitas vezes até surgindo um pequeno interesse ou uma necessidade acabam por se deparar com livros de inúmeras páginas, que acabam por nem serem lida a introdução, por ser um livro complexo e longo.

Este livro traz 15 artistas de vários períodos da história da arte, todos com uma leve pincelada em sua história e suas obras de maior destaque. Uma linguagem concreta e objetiva, que pela sua aparência não inibe o leitor, pelo contrário, desperta curiosidade pelo rico conteúdo sobre a história da arte.

A arte que expressa valores, sentimentos, expressões e um conhecimento cultural que vai além da imaginação.

## **OBJETIVO**

O trabalho tem como objetivo principal o estudo científico e detalhado de uma campanha para a divulgação do livro, visando estudar e analisar o funcionamento da divulgação de um determinado produto desde sua criação até seu destino final, o consumidor. Além disto, o trabalho tem caráter interdisciplinar, visando alinhar todas disciplinas ministradas desde o primeiro semestre do curso, cujas disciplinas são Introdução a Publicidade e Propaganda, Estética e História da Arte, Estudos da Comunicação em Massa e Leitura e Produção de Texto, garantindo que seja possível a criação de uma campanha completa e eficaz, ajudando no desenvolvimento pessoal e profissional dos alunos envolvidos.

## **JUSTIFICATIVA**

Com esse trabalho esperamos desenvolver um livro da história da arte com qualidade e objetividade, corrigindo os problemas de comunicação e atingindo os objetivos da campanha, através de uma campanha e um produto coerentes com o mercado e seu público-alvo.

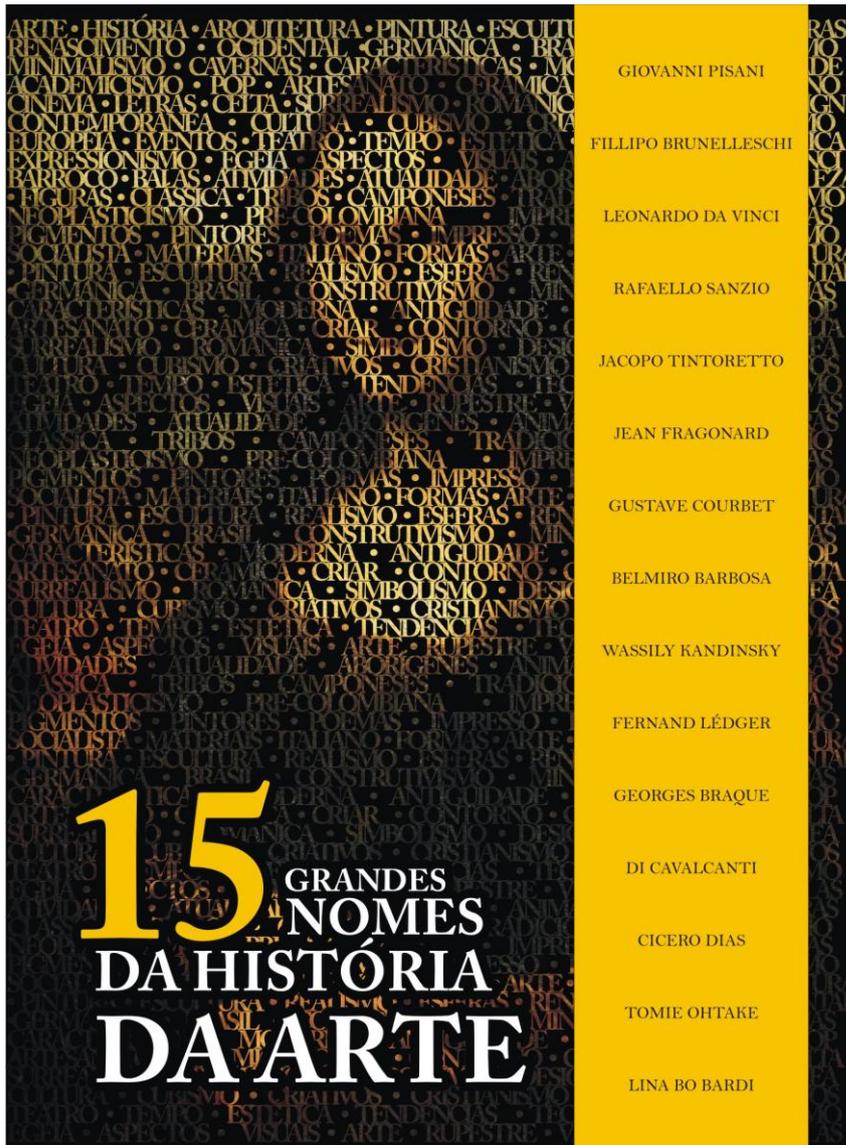
## **MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Para a elaboração deste trabalho acadêmico, por se tratar de uma turma do primeiro semestre, foram utilizadas técnicas básicas utilizadas na área de editoração eletrônica e da publicidade e propaganda, tais como, pesquisa de conteúdo, definição de público-alvo, estratégia de campanha, análise SWOT, mídias utilizadas, conceitos de criação, estudo das artes e significado das cores. As mídias por sua maior parte foram eletrônicas (via internet), como banners e hot site. Também, em minoria, foram usados impressos e mídias de PDV.

## **DESCRIÇÃO DO PRODUTO**

15 Grandes Nomes da História da Arte é um livro que tem em toda sua estrutura 82 páginas, 15 capítulos (sendo um por artista), relação texto e imagem bem dispostos entre as páginas, inúmeras obras de cada artista, imagens com alta resolução e com legendas.

## CAPA DO LIVRO



## CONTRA-CAPA DO LIVRO

# 15 GRANDES NOMES DA HISTÓRIA DA ARTE

Criado pelos alunos da Agência Experimental  
Mente Aberta do curso de Publicidade e  
Propaganda do 1º Semestre  
de 2010, este livro traz  
informações sobre a vida  
e as obras de 15 grandes  
nomes da história da  
arte. Com informações  
sobre curiosidades e detalhes das obras e seus criadores o livro serve  
como base para estudantes e amantes da arte.

BIANCA SOARES DA SILVA	RA 1009960019
EDUARDO LEMES DA COSTA	RA 1094147169
FELIPE FOSALUSA FERREIRA	RA 1091131134
MURILLO VILLALON PERECINOTTO	RA 1007758317
PRISCILA SOUZA SILVA	RA 1009789128
OSMARINA CONCEIÇÃO DOS SANTOS	RA 1053008369
OSMIR SANTANA	RA 1030927541
SUZANY PAVANELLI NALÃO	RA 1061122803

menteaberta<sup>!</sup>  
Publicidade e Propaganda



## CONSIDERAÇÕES

Realizar um trabalho que envolva todas as disciplinas é algo inovador e altamente complexo, para isso, o grupo trabalhou de forma harmônica e proativa, pois a dedicação às pesquisas e estudos foi fundamental para o desenvolvimento das atividades e da criação detalhada e correta do livro e de todos os objetos envolvidos na campanha, pois além das informações recebidas durante as aulas foi de extrema necessidade buscar conhecimentos em outras fontes, como internet e principalmente livros.

Vale ressaltar que foi extremamente interessante desenvolver um trabalho inédito e de tal complexibilidade, pois a maioria, senão todos no grupo tinham pouco conhecimento no tema abordado, sendo assim obtemos informações e conhecimentos fundamentais para nossas futuras carreiras. Trabalhos como este fortalecem o nosso crescimento profissional.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CESAR, N. *Direção de Arte em Propaganda*. 8. Ed. Brasília: Senac, 2006
- DIMBLEBY E BURTON, R/G, *Mais do Que Palavras: Uma Introdução à Teoria da Comunicação*. São Paulo: Summus, 1990
- JASON H.W. *História Geral da Arte – O Mundo Antigo e a Idade Média*. São Paulo: Martins Fontes, 2001
- OSINSKI, D. *Arte, História e Ensino – uma trajetória*. 2. Ed. São Paulo: Cortez, 2002
- SAMPAIO, R. *Propaganda de A Z*. 3. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003
- PROENÇA, M. G. *História da Arte*. São Paulo: África, 2002
- ANDRADE, R. F. Identificando as Oportunidades e Conquistando Clientes 2 - SEBRAE SP. São Paulo, 2002. Disponível em:  
<[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/CBC2CE117F442FC50325714700429E8D/\\$File/NT000AFAD2.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/CBC2CE117F442FC50325714700429E8D/$File/NT000AFAD2.pdf)>. Acessado em 06 de Abril de 2010
- Apostila COMPEC UNICAMP. Disponível em:  
<[http://www.4shared.com/get/26842198/1d0e0558/Anlise\\_SWOT\\_-\\_Compec\\_-\\_UNICAMP.html](http://www.4shared.com/get/26842198/1d0e0558/Anlise_SWOT_-_Compec_-_UNICAMP.html)>. Acessado em 05 de Abril de 2010
- GOLDSCHIMITID, A. *Análise Swot na Captação de Recursos*. 2006. Disponível em:  
<[http://www.4shared.com/get/48168366/da8870e8/Anlise\\_SWOT\\_na\\_captao\\_de\\_recur.html](http://www.4shared.com/get/48168366/da8870e8/Anlise_SWOT_na_captao_de_recur.html)>. Acessado em 05 de Abril de 2010
- Pesquisa sobre as classe sociais. Disponível em:  
<[http://veja.abril.com.br/020408/p\\_082.shtml](http://veja.abril.com.br/020408/p_082.shtml)>. Acessado em 02 de Junho de 2010
- PRADA, M. *Apostila Defesa de Criação*. Lojas Americanas Livros. Disponível em:  
[http://www.americanas.com.br/busca/1472/1476/HISTÓRIA%20DA%20ARTE%20\(%20Editora%20LTC\)?page=1](http://www.americanas.com.br/busca/1472/1476/HISTÓRIA%20DA%20ARTE%20(%20Editora%20LTC)?page=1). Acessado em 03 de Abril de 2010.
- Livraria Siciliano. Disponível em:  
<<http://www.siciliano.com.br/pesquisaweb/pesquisaweb.dll/pesquisa?FILTRON1=X&PALAVRAS1=historia+geral+da+arte&ESTRUTN1=0301&ORDEM2=E&image2.x=15&image2.y=22>>. Acessado em 03 de Abril de 2010.