



Incorpore arte na cidade¹

Luisa Verena PERINE²

Anne Lis SKRZYPIEC³

Eveline SOBERANO⁴

Fátima Dayane de OLIVEIRA⁵

Prof^ª Ms. Patrícia Piana Presas⁶

FAE - Centro Universitário Franciscano do Paraná, PR

RESUMO

A proposta foi trabalhar com base num cliente real, o Estúdio Arte – tatuagem e *piercing*, a fim de elaborar um material para ser divulgado em uma mídia alternativa. Além disso, o foco do trabalho é mostrar a tatuagem, sob uma visão de arte, desmistificando seu lado negativo.

O material desenvolvido trata da elaboração de um vídeo de caráter amador, realizado na cidade de Curitiba, sendo veiculado na internet através do *Youtube*, um canal bastante atrativo e muito utilizado entre os vários perfis de público.

PALAVRAS-CHAVE: cultura; mídia alternativa; preconceito; tatuagem; viral.

INTRODUÇÃO

Desde 2005 que o Estúdio Arte exerce suas atividades dentro do segmento da *Body Art*, tendo como serviços principais, a tatuagem e a aplicação de *piercings*. A empresa atua na região de Curitiba, localizada em dois endereços centrais de grande circulação. Importante ressaltar, que o Estúdio Arte é o único no segmento que possui dois endereços, devido à necessidade de atrair um novo perfil de cliente e assim, aumentar a demanda. Além disso, possui profissionais qualificados e preocupados com o bem-estar de seus clientes, mantendo a limpeza dos locais, cuidando da esterilização adequada de seus materiais, da higiene pessoal e o uso de materiais descartáveis, proporcionando confiança a quem procura seus serviços.

¹Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria III - Publicidade e Propaganda, modalidade m, do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

² Aluno líder do grupo e formanda do Curso de Publicidade e Propaganda da FAE, e-mail: luisaperine@yahoo.com.br

³ Formanda do Curso de Publicidade e Propaganda da FAE, e-mail: anne.skr@hotmail.com.

⁴ Formanda do Curso de Publicidade e Propaganda da FAE, e-mail: docinho5105@hotmail.com.

⁵ Formanda do Curso de Publicidade e Propaganda da FAE, e-mail: fadayane@hotmail.com

⁶ Orientadora do trabalho: Prof^ª. Ms. Patricia Piana Presas – Professora do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da FAE e-mail: patriciapiana@onda.com.br



Como acontece em grande parte das empresas que trabalham no segmento da *Body Art*, não existe um plano de comunicação ativo, devido à principalmente, falta de verba disponível. A situação do Estúdio Arte é a mesma, sendo assim, não fazem uma divulgação intensa através da publicidade e sua comunicação fica por conta, principalmente, do tradicional boca-a-boca, porém, a atualidade nos trouxe opções de divulgação muito eficazes e de baixo investimento, como a *internet*.

Um fator importante que a *internet* oferece é a sua alta capacidade de gerar interatividade entre os usuários, proporcionando um relacionamento ativo entre eles. Além disso, é uma forma de transmissão rápida de informações e anúncios, permitindo uma comunicação direta com os consumidores, adequando o envio de mensagens publicitárias, favorecendo a frequência da mensagem comercial e a liberdade de expressão.

Através da *internet*, foi possível identificar o melhor canal para divulgação de vídeo, o *Youtube*, o qual oferece suporte necessário para os propósitos deste material.

Pensando nisso e de acordo com pesquisas realizadas ao redor do tema, a proposta do trabalho consiste na criação de um material audiovisual, capaz de divulgar o Estúdio Arte e mostrar sua atividade sob um novo olhar.

OBJETIVO

O Estúdio Arte atua num segmento polêmico e muito discutido, trazendo opiniões distintas ao redor do tema. Para muitas pessoas, a tatuagem é vista como algo marginal, negativa ao corpo humano. Mas vale ressaltar que a tatuagem fez parte da cultura de vários povos antigos e faz parte da cultura contemporânea, como mostra Toni Marques, autor de “O Brasil tatuado e outros mundos” (1997, p.14):

Primeiramente, a tatuagem foi realizada no corpo para marcar os fatos da vida biológica: nascimento, puberdade, reprodução, morte. Depois, os fatos da vida social: virar guerreiro ou sacerdote ou rei, casar-se, celebrar a vitória, identificar os prisioneiros, pedir proteção ao imponderável, garantir a vida do espírito antes, durante e depois do corpo.

Além disso, nos dias atuais, apesar de ainda existir o preconceito, a tatuagem ganhou força como uma forma de arte, permitindo a personalização e a criação do seu próprio estilo, oferecendo uma nova visão aos não adeptos.

Outro ponto importante é a escolha da mídia alternativa para divulgação, pois oferecem diversas possibilidades ao anunciante de se comunicar e passar sua mensagem com eficácia. Por isso, optou-se pelo canal *Youtube*, que consiste numa comunidade de



vídeos on-line que são compartilhados entre bilhões de pessoas, permitindo a troca e disseminação de informações, além de oferecer a busca por conteúdos originais e variados.

O foco do trabalho tem como objetivo divulgar o Estúdio Arte e desmistificar o lado negativo da tatuagem, mostrando que também é uma forma de arte. Além disso, utilizar a Publicidade inovadora através de novas mídias, num segmento que pouco a utiliza.

JUSTIFICATIVA

Por se tratar de um material audiovisual com intuito publicitário, que na maioria dos casos exige um alto orçamento, foi necessário criar um vídeo que fosse atrativo tanto no visual como no orçamentário. Sendo assim, a escolha por novas mídias favoreceu o plano de comunicação, tornando-se ideal ao objetivo conferido.

Segundo Sampaio (2003), há fortes tendências de expansão e relevância dessas mídias no Brasil, pois devem surgir diversas possibilidades compreendidas por esses meios. Assim, através de opções com menores custos de veiculação, o anunciante pode obter resultados satisfatórios, desde que a escolha por esses canais seja feita de forma correta. Além disso, a escolha do *Youtube* como canal de divulgação foi fundamental, pois oferece a postagem de vídeos de forma gratuita, não agregando custos ao anunciante.

O fato de o *Youtube* oferecer variedade e permitir a intervenção das pessoas na criação do seu conteúdo aumenta o interesse por parte dos usuários, que estão cada vez mais inseridos no mundo virtual. Assim, considerando que se trata de um *site* de grande procura e que não exige maiores conhecimentos, além de ser gratuito, o *YouTube* foi selecionado por ser considerado um veículo capaz de gerar resultados satisfatórios.

Outro ponto já discutido é o preconceito que ainda existe com relação à tatuagem. É interessante mostrá-la sob um novo olhar, como um trabalho artístico que exige talento de quem realiza e que enfeita o corpo de uma maneira positiva.

Ela vem crescendo como uma marca de identificação, estética e beleza. As pessoas utilizam a tatuagem como forma de expressar o que estão sentindo ou até mesmo, para manifestar algum fato importante de suas vidas. O fato de o vídeo tratar deste tema sob uma nova visão, já é um diferencial importante, pois raros são os materiais produzidos para este fim. Portanto, o objetivo é instigar as pessoas a assisti-lo e abrir a possibilidade de enxergar a tatuagem como arte corporal.

O material gravado tem propositalmente um caráter amador, para que ao ser inserido no canal *Youtube* seja capaz de causar rumores entre os usuários que o acessarem. Além



disso, o vídeo não tem o intuito de demonstrar de forma declarada o cliente, mas sim o trabalho por ele desenvolvido, fazendo com que os estimule a compartilhá-lo espontaneamente entre sua rede de contatos, com o objetivo de se tornar um viral.

Para que o vídeo tivesse seu objetivo bem claro, foi definido o título, “Incorpore arte na cidade”, capaz de ressaltar a ligação da tatuagem com o artístico e ao mesmo tempo, divulgar a marca de uma forma sutil.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para o desenvolvimento do vídeo, contou-se com a participação do tatuador Ugo Cezar como ator. Para sua elaboração, o cenário escolhido foi a Praça 19 de Dezembro na cidade de Curitiba, onde Ugo se encontra sentado em uma cadeira, diante de uma mesa montada com os aparatos usados no procedimento padrão de uma tatuagem. Além disso, o tatuador está paramentado igualmente como ocorre no estúdio, com luvas, óculos, máscara e avental.

A seguir, simula estar tatuando o pé de uma “pessoa”, que se trata na verdade, da estátua da mulher nua da praça. Para tanto, houve a utilização de duas câmeras de vídeo, que possibilitaram a captura das imagens de ângulos diferentes, enriquecendo o material no momento de sua edição.

O próximo passo foi o estudo das imagens capturadas e sua edição. A partir do uso do *software* de edição, *Adobe Premiere*, foi possível fazer a seleção e montagem das melhores cenas, resultando em um material com conteúdo no mínimo instigante, capaz de atrair a atenção do *target* e fazer com que este divulgue espontaneamente a mensagem recebida.

No mais, fez-se o uso de duas trilhas binárias que estivessem em concordância com o vídeo, para torná-lo interessante para o receptor, assim como a utilização de efeitos disponíveis pelo programa. O vídeo é finalizado com a logomarca do cliente.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Storyline: Vídeo Viral do Estúdio Arte

Duração: 1’27”

Sinopse: O viral mostra um tatuador na Praça 19 de Dezembro (Praça do Homem Nu) em Curitiba, se preparando para fazer uma tatuagem. Neste processo, a câmera filma em plano



mais fechado, sem revelar onde o tatuador está e quem irá tatuar. Em seguida, com a câmera em planos mais abertos, isso é revelado: se trata da estátua gigante da praça (mulher nua).

Vídeo	BG	Minutagem
Plano fechado na mesa de tatuagem com os materiais (máquina de tatuar, tintas, borrifador, agulhas)	Trilha binária	2 segundos
Plano fechado na mesa de tatuagem com os materiais e parte do corpo do tatuador aparecendo no canto esquerdo da cena, enquanto prepara os procedimentos para a tattoo	Trilha binária	5 segundos
Plano fechado na mesa de tatuagem com os materiais e parte do corpo do tatuador aparecendo no canto esquerdo da cena preparando a máquina de tatuar	Trilha binária	16 segundos
Muda o ângulo, close fechado na mão do tatuador preparando a máquina de tatuagem	Trilha binária	2 segundos
Volta o ângulo inicial, plano fechado na mesa de tatuagem, aparecendo parte da mão do tatuador finalizando a preparação da máquina de tatuar	Trilha binária	6 segundos
Plano médio no tatuador, câmera em plongée colocando os óculos. Em seguida, ele arruma a mesa de tatuagem, pega uma das tintas e deposita em um batoque	Trilha binária	9 segundos
Plano médio no tatuador, em plongée que pega uma folha com diversos desenhos. Em seguida, câmera em zoom in fecha o plano no desenho escolhido, uma borboleta que o tatuador aponta	Entra a segunda trilha binária	8 segundos



Close fechado na mão do tatuador com a máquina, tatuando o pé da estátua	Trilha binária	3 segundos
Plano médio no profissional tatuando o pé da estátua. Câmera frontal. A câmera vai descendo bem devagar	Trilha binária	2 segundos
Plano médio no pé da estátua, aparecendo parte do tatuador com a máquina	Trilha binária	2 segundos
Câmera em contre-plongée, mostrando parte inferior do pé da estátua e o tatuador. Em seguida, a câmera sobe e mostra o rosto da estátua	Trilha binária	3 segundos
Plano geral da estátua sendo “tatuada” no pé	Trilha binária	3 segundos
Câmera em plano fechado, acompanhando todo o perfil da estátua até chegar ao tatuador	Trilha binária	13 segundos
Plano geral do tatuador ao lado da estátua olhando para a câmera e segurando a máquina de tatuagem. Em seguida, a câmera desce, mostrando o pé da estátua com a tatuagem de borboleta	Trilha binária	5 segundos
Fundo preto com a logo do Estúdio Arte	Trilha binária	4 segundos



CONSIDERAÇÕES

O estudo feito para a elaboração deste material trouxe o conhecimento de um assunto pouco explorado e muito interessante, capaz de influenciar a opinião das pessoas sobre o tema tatuagem. Este vídeo foi desenvolvido através do acompanhamento de um cliente real e da orientação de um professor qualificado, como parte de uma campanha publicitária, e com isso, foi possível vivenciar todas as etapas de um plano de comunicação, de acordo com as necessidades do cliente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ESTÚDIO ARTE. Site do Estúdio Arte. Disponível em: <<http://www.estudioarte.com.br/>>. Acesso em: 28 mar. 2011.

GOOGLE MIDIA KIT. Disponível em: <<http://www.googlemidiakit.com.br/youtube.html>>. Acesso em 23 de mar. 2011.

JORNAL SEXTAC. Uma matéria sobre o preconceito. Disponível em: <jornalsexatc.blogspot.com/.../uma-materia-sobre-o-preconceito.html>. Acesso em: 01 mar. 2011.

LIMEIRA, Tânia M. Vidigal. **e-marketing - o marketing na internet com casos brasileiros**. 2ª edição. São Paulo: Editora Saraiva, 2007.

MALHOTRA, Naresh. **Pesquisa de Marketing – Uma orientação aplicada**. 4ª ed. Porto Alegre: Editora Bookman. 2006.

MARQUES, Toni. **O Brasil tatuado e outros mundos**. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 1997.

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z – Como Usar a Propaganda para Construir Marcas e Empresas de Sucesso**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2003.

YOUTUBE. About. Disponível em: <<http://www.youtube.com/t/about>>. Acesso em: 23 mar. 2011.