

## **Cartaz A Conquista<sup>1</sup>**

Alan Ricardo DAL PIZZOL<sup>2</sup>

Hilario J. SANTOS<sup>3</sup>

Universidade comunitária da região de Chapecó, Chapecó, SC

### **RESUMO**

O material foi produzido para a divulgação do longa-metragem documental “A conquista”, este filme trata-se de uma análise social da situação política e cultural de Chapecó Santa Catarina, desde os tempos da colonização até os dias atuais. O cartaz foi um dos meios escolhidos como divulgação da obra. Neste “*paper*” você acompanhará o processo de criação e conceituação do material, e sua utilização.

**PALAVRAS-CHAVE:** Cartaz, política, conquista, documentário, arte.

### **1 INTRODUÇÃO**

A arte do cartaz denominado “A conquista” é assim é chamada, pois foi desenvolvida para o documentário que leva o mesmo nome, este documentário, é um projeto experimental do estudante de jornalismo Julherme José Pires e Camila Arruda que concluíram a graduação em comunicação social no final do ano de 2013.

O documentário é uma análise social do município de Chapecó-SC, trata-se de uma crítica ao poder construído na cidade, através de inúmeras incoerências enraizadas na cultura popular desde a colonização, passando pelos inúmeros fatos que levaram ao linchamento de 1950, desenvolvimento da indústria até a situação atual que se encontra a cidade.

O material gráfico do cartaz foi desenvolvido na disciplina de direção de arte dois, onde a dupla de criação deve usar um cliente real e resolver o problema de comunicação que lhe aflige.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Publicidade e propaganda, modalidade cartaz.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: alan\_rdp@unochapeco.edu.br.

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso Jacira Medronha, email: hjs@unochapeco.edu.br.

## **2 OBJETIVO**

O projeto gráfico foi criado pela necessidade do diretor do filme Julherme J. Pires, em divulgar o Longa-metragem A Conquista, e assimilar a sua obra a alguma marca, para assim ser mais facilmente lembrada a comunidade, o cartaz serviu como principal meio de divulgação local.

## **3 JUSTIFICATIVA**

A utilização do cartaz como forma de meio para a mensagem foi sua funcionalidade. O filme precisou de grande divulgação nos locais de exibição, segundo Rafael Sampaio (1999, p. 245), cartaz “[...] é uma peça de comunicação gráfica utilizada nas mais diversas formas, em muros, paredes, veículos automotores painéis e no ponto-de-venda”. O cartaz, mostrou-se eficiente para o desejado, foi escolhido como meio pois era de fácil manuseio e custo consideravelmente baixo.

## **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

A arte que compõe o cartaz foi feito unicamente no programa Adobe Illustrator artwork 16.0. O cartaz foi criado em formato A3 (29,7x42cm) com sistema de cores CMYK, mas por se tratar de um vetor pode, e foi facilmente convertido para ser utilizado também em plataformas online.

O cartaz referido foi criado baseado no briefing do cliente, que citou como referencia ao trabalho um dos cartazes de divulgação do filme Django Livre (Filme de Quentin Tarantino que lhe rendeu o Oscar de melhor roteiro no ano de 2013), após análise da arte dada como referência, optou-se por trabalhar com uma das mais fortes tendências do ano de 2013, o Flat Design.

Flat Design tecnicamente são formas planas e simples, sem grandes perspectivas de profundidade, contornadas ou delimitadas muitas vezes com sombras duras, a cor e a tipografia escolhida são extremamente importantes para o sucesso da arte, este tipo de design a olhos leigos pode ser considerado simples, mas para se construir ele envolve uma conceituação muito forte de significação de símbolos representativos, que pode ser bem complexo se mal aplicado.

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A partir de um briefing básico com o cliente ficou combinado o levantamento de referências para uma segunda reunião, acordo com Sampaio (1997, p.269), "é o primeiro ou primeiros rascunhos de um anúncio ou qualquer outra peça publicitária, que mostra como ficará no final do processo de criação e produção". A dupla de criação que no caso este que lhes escreve era parte, me postando como diretor de arte, pois é a área de especialização desejada, a redatora, e os dois roteiristas e produtores do longa-metragem.

Após a referência trazida como base pelos clientes, optamos pela utilização do flat design, como já citado anteriormente. Os clientes buscavam algo que representasse a elipse temporal em que o filme é trabalhado, pois conta e analisa a situação política e cultural da cidade e região de Chapecó buscando desde os tempos de ocupação indígena até os dias atuais. Os elementos escolhidos para representar este movimento de tempo foram, um túnel e um representados com a crescente ou decrescente de triângulos, e uma ampulheta centralizada em cada túnel, representando a pressão que e o mandonismo político que instalou-se sobre a região, o que também é um dos motivos de utilização da cor vermelha. O oeste catarinense que foi considerado velho oeste, por sua violência, inúmeros incêndios criminosos, assassinatos e o grande linchamento de 50 que ganhou repercussão mundial, mancharam de sangue a história da cidade, A cidade de Chapecó se fortaleceu sobre a indústria frigorífica, outro motivo da utilização desta cor.

As transparências utilizadas tanto no túnel quando na ampulheta trazem à tona a fragilidade de um povo que viveu duas guerras, primeiro contra índios e depois contra caboclos, mas que quando se é perguntado sobre a história local, é apenas lembrado após a colonização, como o anterior tivesse sido apagada. A transparência representa os esquecidos e escondidos pelo mandonismo e coronelismo da região.

Seguindo o princípio de que "Texto precisa completar imagem; imagem, completar texto". (CESAR, 2006, p.39). As fontes utilizadas foram: "*western* modificado" Utilizada no título do filme, buscava essa interação de velho oeste e a modernidade. Como fonte de apoio: "Orator Std", uma fonte mais fina de fácil leitura usada como complemento e em textos longos.

# A CONQUISTA

"EU PEÇO ATENÇÃO A TODOS  
NÃO ME REFIRO A UM SÓ  
SOBRE O FATO ACONTECIDO  
QUE SE DEU EM CHAPECÓ  
VOU FORÇAR VER SE CONSIGO  
A DEZATAR ESTE NÓ"

direção e roteiro CAMILA ARRUDA e JULHEIME J. PIRES, com orientação de ÉRICO ASSIS, assistência de produção GUILHERME RACHELLE, KÉLLIANA BRAGHINI e SABRINA ZIMMERMANN, direção de arte ALAN DAL PIZZOL, uma produção CAJU LÍQUIDA em associação com EXPERIÊNCIA AUDIOVISUAL UNIVERSITÁRIA, trilha sonora original composta por GIULLA ZAKI, LILIAN ZAKI, MANUELLA DE MORAIS, MARIANA DOS SANTOS RIBEIRO e PAOLA BUENO, com gravação de EDUARDO RATKIEWICZ, e participação de JORGE GABRIEL e CLOVIS LINHARES, realizado no LABORATÓRIO DE RÁDIO da UNOCHAPECÓ.  
"A CONQUISTA" foi realizado para a disciplina de PROJETO EXPERIMENTAL II do curso de JORNALISMO da UNOCHAPECÓ.

## 6 CONSIDERAÇÕES

A produção da arte e uma de suas peças o cartaz, foi de muitas formas construtivas ao conhecimento coletivo, tanto dos criadores, quanto para os clientes, pois, a significação de ideias em símbolos que representassem o contexto histórico e atual, forçou a todos que se aprofundassem ainda mais no tema.

O produto cartaz, cumpriu sua função “O espírito fundamental do cartaz é a busca da comunicação simples” (FERLAUTO apud Cesar, 2006, p. 49). Foi e utilizado para a divulgação inicial do filme, e será novamente utilizado pois o longa-metragem, passará nas escolas da região para instigar ainda mais a produção e investigação em temas de interesse do bem estar social.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CESAR, Newton. **Direção de arte em propaganda**. 9. ed. Brasília: Editora Senac, 2006.

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso**. Rio de Janeiro: Campus: ABP, 1999.

SANTAELLA, Lúcia; NOTH, Winfried. **Imagem: cognição, semiótica, mídia**. 3. ed. São Paulo: Iluminuras, 2001.