

## Projeto Arbos – Manifesto “O Artransformador”<sup>1</sup>

Bruna PIERRI<sup>2</sup>

Dayane MARQUES<sup>3</sup>

Diogo MACHADO<sup>4</sup>

Otávio Augusto GOMES<sup>5</sup>

Renato BUIATTI<sup>6</sup>

Universidade Positivo, Curitiba, PR

### RESUMO

O presente trabalho apresenta as fases de criação do *web-teaser* denominado “O Artransformador”, desenvolvido durante o Trabalho de Conclusão de Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Positivo – UP em 2013. O vídeo é resultado da criação de uma campanha publicitária para o lançamento de uma empresa *startup* chamada “Arbos”, que também nasceu dentro do TCC e foi incubada na própria universidade. A Arbos, que ainda está em construção, é um projeto multidisciplinar, que visa fomentar o mercado artístico paranaense e dar espaço para novos artistas divulgarem seus trabalhos. O vídeo faz parte de uma série de cinco *web-teasers* sem ordem cronológica, que tem como principal objetivo tocar no emocional de novos artistas que sofrem por ainda não estarem inseridos no mercado de arte, além de divulgar a ideia central do projeto.

**PALAVRAS-CHAVE:** Audiovisual; Mercado Artístico Brasileiro; Novos Artistas; O Artransformador; Arbos.

### INTRODUÇÃO

O presente artigo aborda a questão da inserção do novo artista no mercado de arte brasileiro. O vídeo realizado para o projeto “Arbos”, busca representar com imagens e ruídos, as sensações do novo artista que não consegue viabilizar possibilidades de sobreviver financeiramente através de suas capacidades artísticas, além de enfatizar a importância desse artista para as transformações da arte, e conseqüentemente da sociedade. O vídeo faz parte de uma série composta de *web-teasers* feitos para a campanha de inauguração da “Arbos”, que é basicamente uma *startup*, que atuará como portal online, gerador de conteúdo artístico e galeria online, onde será divulgado e comercializado o trabalho de novos artistas.

O projeto surgiu a partir da dificuldade que novos artistas possuem de expor seus trabalhos dentro das vias tradicionais que normalmente são burocráticas e rigorosas, o caso de

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul em 2014, na Categoria Publicidade e Propaganda. Modalidade PP07 Filme Publicitário (avulso).

<sup>2</sup> Bacharela em Publicidade e Propaganda na Universidade Positivo – UP em 2013.

<sup>3</sup> Bacharela em Publicidade e Propaganda na Universidade Positivo – UP em 2013.

<sup>4</sup> Aluno líder do grupo e Bacharel em Publicidade e Propaganda na Universidade Positivo – UP em 2013.

<sup>5</sup> Bacharel em Publicidade e Propaganda na Universidade Positivo – UP em 2013.

<sup>6</sup> Orientador do Trabalho de Conclusão de curso: Professor do Curso de Publicidade na Universidade Positivo – UP.

exposições em festivais, mostras e museus. Mesmo com o advento da internet e a disseminação de blogs, esses artistas ainda não possuem um espaço online bem estruturado onde possam divulgar e vender seus trabalhos.

A Arbos acredita que essa burocratização da arte afasta novos artistas, desestimula potenciais talentos e deturpa alguns princípios da arte, que ao longo da história estiveram intrinsecamente ligados à transformação da sociedade, contribuindo para o desenvolvimento da educação, alimentando as correntes culturais e cultivando a sensibilidade humana.

O Projeto Arbos foi aprovado - em setembro de 2013 - para ingressar na Incubadora “Start UP”, a Incubadora de Projetos, Empresas e Negócios da Universidade Positivo, que apoia ideias empreendedoras que levem a formação de empresas com diferenciais de mercado.

O briefing da campanha solicitava a criação em multimeios de algo que conversasse diretamente com os novos artistas, que os cativasse e que servisse como sua voz, a campanha deveria servir como representação do novo artista que não consegue oportunidades no mercado de arte brasileiro. Tendo isso em vista, criamos o manifesto “O Artransformador”, que busca expressar a necessidade e a importância da valorização de novos artistas, de sua inserção no mercado e seu potencial de transformação. O manifesto, além de seu texto completo, se desdobra em cartazes, folders, *web-teasers*, web-documentário, intervenções artísticas, *workshops* e é divulgado através de redes sociais e ações offline.

## **OBJETIVO**

O vídeo faz parte da campanha idealizada para a apresentação do projeto, que propõe um novo “Manifesto artístico”. O principal objetivo do vídeo é fazer com que o artista se identifique com a mensagem do manifesto, fazendo com que esta se transforme em sua própria voz. A mensagem também pretende mostrar claramente que o artista é importante para as transformações da sociedade e despertar seus desejos de mudança.

## **JUSTIFICATIVA**

A arte sempre se renovou através de Manifestos idealizados por artistas/especialistas que estavam insatisfeitos com os rumos e posições da arte perante a história. Graças aos Manifestos, movimentos vanguardistas conseguiram ganhar seu devido destaque, foi assim com o expressionismo, com o modernismo brasileiro, com o surrealismo e praticamente todos os movimentos artísticos significativos. Com estruturas textuais diversificadas,

parágrafos extensos e pensamentos complexos, os Manifestos sustentavam toda a base teórica dos movimentos vanguardistas, e em tom de declamação, era a principal voz dos artistas, perante o público, a crítica e o estado.

Tendo isso em vista, criamos o Manifesto “O Artransformador”, que busca expressar a necessidade e a importância da valorização de novos artistas, de sua inserção no mercado e seu potencial de transformação, além de servir como um grito de socorro, do novo artista que está tendo que deixar suas motivações profissionais artísticas e criativas, e se enquadrar em outras áreas para conseguir estabilidade profissional. Texto do Manifesto “O Artransformador”:



A sociedade se transforma através da arte. A arte se transforma através de inovações. Inovações partem de novos artistas. E novos artistas partem de onde? Entender o novo artista é entender a mais intensa subjetividade das expressões humanas. Estimular o novo artista a produzir, é estimular a evolução intrínseca da mente, das capacidades físicas, dos talentos ocultos. É redefinir a sensibilidade, encontrar novas saídas e criar outras plataformas, formatos e técnicas.

A tecnologia os libertará dos ancestrais. De tempos em tempos os ditos transgressores reaparecem, representam e resignificam as expressões. Mas a velocidade do desenvolvimento tecnológico e humano não permite mais tempo para esperar por ápices. Precisamos identificar os ápices. Identificar as novidades. Os novos artistas precisam e querem sair das sombras. Os novos artistas querem transformar. Querem resignificar. Querem deformar as estruturas. Esvaziar a dor.

Só querem se expressar, se expressar, se expressar.

Os novos artistas só querem trabalhar.

## MÉTODOS E TÉCNICAS

O vídeo foi planejado em três etapas: roteiro, produção e pós-produção. O roteiro foi pensado de acordo com o texto do manifesto e o que seria sua representação simbólica, a produção foi simples, o vídeo foi filmado com uma câmera fotográfica DSLR em uma construção abandonada, e o ator escolhido é um artista gráfico que se identifica com a causa do projeto e do manifesto. A pós-produção foi realizada no *software* “Adobe Premiere”, onde foi feita a montagem que mescla cenas do artista sufocado e de uma borboleta saindo de seu casulo, as imagens do casulo foram retiradas de arquivos livres de direitos autorais. Abaixo, o roteiro do vídeo:

| VÍDEO  | AUDIO   |
|--|---|
| PPP: Jovem gritando, sufocado com saco plástico na cabeça;     | Trilha contínua de gritos e samples eletrônicos de ruídos;<br>Locução em off: “O Artransformador”           |
| Imagem de casulo em processo de transformação;                 | Trilha contínua de gritos e samples eletrônicos de ruídos;<br>Locução em off: “O Artransformador”           |
| PPP: Jovem gritando, sufocado com saco plástico na cabeça;     | CLOSE: Jovem gritando com saco plástico na cabeça;  |
| Imagem de uma borboleta saindo de dentro do seu casulo;        | Trilha contínua de gritos e samples eletrônicos de ruídos;<br>Locução em off: “O Artista transgride...”     |
| Frontal: Jovem gritando, sufocado com saco plástico na cabeça; | Trilha contínua de gritos e samples eletrônicos de ruídos;<br>Locução em off: “... deforma, esvazia a dor.” |
| A Borboleta sai completamente de fora do casulo e voa;         | Trilha contínua de gritos e samples eletrônicos de ruídos;<br>Locução em off: “O Artransformador”           |
| LETTERING: LOGO “O Artransformador”<br>// Logo Arbos atrás;    |   |

## **DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

Para chegarmos ao roteiro conceitual do vídeo foram revistos os valores e o posicionamento do projeto e os aliamos às novas tendências da arte contemporânea. Aqui o novo artista foi colocado como protagonista das principais mudanças dentro do contexto da arte, e consequentemente da sociedade, já que a mesma em diversos momentos da história se portou como principal agente transformadora da sociedade.

O vídeo representa o artista sufocado em suas próprias ideias, que não consegue respirá-las e colocá-las em prática por falta de suporte e reconhecimento do seu trabalho. Enquanto as cenas do casulo gerando uma borboleta, representam a transformação da sociedade através da arte, e do artista que cresce dentro dela. O clima de tensão e os ruídos distorcidos, colaboram para a sensação de desespero que o vídeo busca passar.

A paleta de cores é escura, enfatizando variações de azul, roxo e cinza no contexto do artista sufocado, essas cores representam a melancolia, o medo e o desespero do artista. Já no contexto da transformação do casulo em borboleta, enfatizamos o verde e o magenta, que nos dão uma sensação de equilíbrio e esperança. A narração declama o slogan do manifesto: “O Artransformador, o artista transgride, deforma, esvazia a dor” – em tom incisivo, a narração está dizendo indiretamente a quem está assistindo, que o artista é quem pode ajudar nas mudanças sociais, quem ressignifica alguns valores e ajuda no esquecimento da dor.

Com um formato simples, cortes rápidos, o teaser proporciona ao espectador um breve momento de indagação e desconforto perante as cenas mostradas, a não explicação de alguns detalhes e a logo do manifesto inserida no final do vídeo, cria um elemento de curiosidade sobre quem está assistindo, e possivelmente o fará procurar o que é “O Artransformador” ali citado. Na descrição do vídeo que está hospedado no Youtube se encontra o texto do manifesto e o link direcionando para o site da Arbos, onde todo o contexto da campanha é explicado.

O vídeo pode ser visto neste endereço: <http://youtu.be/CePpJFCYfSI>

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Por fim, acreditamos que o vídeo e toda a campanha do Manifesto “O Artransformador” poderá cumprir sua finalidade quando divulgada, e além de trazer visibilidade para uma empresa, que é a Arbos, irá atentar o público geral e os interessados em arte o quanto é importante valorizar o trabalho de novos artistas e resignificar os conceitos preestabelecidos sobre arte. A Arbos e o Artransformador são uma tentativa de fazer pessoas com potenciais criativos, não desacreditarem em seu talento e vislumbrarem alguma carreira que valorize suas técnicas. O artista não precisa ter que se enquadrar em outras profissões, já que seu objetivo é ser artista. Esperamos que com essa campanha, e o potencial de produções audiovisuais, os artistas sintam-se representados por esse movimento.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BARRETO, Tiago. **Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário**. São Paulo, SP: SENAC São Paulo, 2004.

DRU J. M. **Além da Disrupção: Mudando as Regras do Mercado**. Rio de Janeiro: Cultrix, 2006.

SANTOS, J. C. L. dos. **Manual do Mercado de Arte**. São Paulo: Julio Louzada Publicações Ltda, 1999.

TELES, Gilberto Mendonça. **Vanguarda Européia e Modernismo Brasileiro: apresentação dos principais poemas, manifestos, prefácios e conferências vanguardistas, de 1857 até hoje**. Rio de Janeiro: Record, 1987. 10ª ed.