

**o cartaz ilustrado**

**aula 5**

**O cartaz cultural:  
abordagem do projeto**

**professor: rico lins**



# O cartaz cultural: abordagem criativa

## Processo criativo

O processo criativo não tem fórmulas pré-estabelecidas mas quanto maior conhecimento e envolvimento com o tema, mais original e abrangente o resultado pode ser.

A abordagem deve ter por objetivo ser sempre única, individual e surpreendente.

No caso do cartaz que desenvolvi para a 21a Bienal de São Paulo não foi diferente e detalharei alguns dos passos que me conduziram ao resultado final.

Criado em 1991 se valeu inteiramente de um processo de produção analógico, das surpresas desse percurso e da inesperada solução encontrada.

# Processo criativo: etapas percorridas

1. O contexto curatorial da Bienal como propulsor do conceito criativo
2. A definição da equipe de trabalho
3. Como as limitações de prazo e orçamento conduziram ao efeito visual final.
4. As possibilidades de expansão e desdobramentos do projeto

# O cartaz cultural: pesquisa

Uma cuidadosa avaliação do contexto potencializa as decisões tomadas na sua concepção e desenvolvimento.

O contexto cultural engloba fatores subjetivos como o conteúdo e a curadoria, e objetivos como o cliente e as condições de divulgação.

A encomenda de um cartaz cultural geralmente vem de uma instituição (museu, teatro, orquestra etc) ou industria (cinematográfica, editorial, entretenimento etc)

Uma pesquisa detalhada desses fatores é essencial para estruturar um processo criativo sólido.

# O cartaz cultural: características

Em diversos casos (como na Bienal de São Paulo e salas de espetáculos) os cartazes fazem parte de uma série que, expandida a cada edição, determinam a identidade visual do evento.

Várias instituições promovem ações e exposições em torno de temas a serem desenvolvidos por cartazes.

Muito do sucesso dessas iniciativas se baseiam na conexão estabelecida entre o cliente e o cartazista responsável pelo conceito criativo a ser retratado a partir desses temas.

É importante levar em conta que a divulgação desses eventos na imprensa, internet e peças gráficas como programas, folders ou livretos sobre complementam o papel do cartaz.

# O cartaz cultural: mensagem e tom

O cartaz é o contato inicial do espectador com o filme, peça teatral ou concerto, mas atua também como o registro do evento na memória do público.

Muitas vezes essa relação começa e termina no cartaz.\*

É importante levar em consideração as condições determinantes dessa experiência como o estímulo à imaginação, à contemplação criativa e à reflexão poética envolvidas nesse processo.

Uma abordagem criativa e instigante é fator essencial para a eficácia do resultado.

# O cartaz cultural: referências

Apesar do cartaz cultural se aproximar às vezes do cartaz publicitário, há diferenças estruturais na linguagem adotada.

A objetividade requerida na publicidade não segue a mesma dinâmica que no cartaz cultural, que muitas vezes se baseia em associação de ideias e referências externas.

Do ponto de vista estilístico e da linguagem, no cartaz cultural há mais liberdade criativa e as referências às manifestações culturais e à expressão visual se fazem sentir.

O uso criativo da fotografia, da colagem e de técnicas mistas o aproximam das artes visuais.

# O cartaz cultural: público

Normalmente originário de um conceito abstrato como o tema de uma exposição, ópera ou festival de jazz, o cartaz cultural deve despertar o interesse e gerar vínculo emocional com o público.

O repertório do público-alvo é fator fundamental para estabelecer tanto essa conexão

quanto a abordagem criativa mais adequada.

É muito importante estabelecer conexões com outras manifestações culturais de forma criativa e atraente.

## Algumas dicas práticas:

Pesquise o contexto e as ferramentas de divulgação complementares.

Busque uma abordagem pessoal e criativa, que atestará a qualidade do conteúdo.

A sutileza, a surpresa e o estímulo à reflexão fazem a diferença.

Sempre que possível amplie a informação veiculada buscando referencias culturais externas.

Esteja aberto a mudanças pois o processo criativo é dinâmico e pode sempre conduzir a soluções insperadas e surpreendentes.

Como sempre: Imagine, inove, crie e ouse.

# 21 a BIENAL INTERNACIONAL DE SÃO PAULO

FAZER IGUALAR TONS DE  
VERMELHO DOS 2 NÚMEROS  
MANTENDO AS TEXTURAS  
EXISTENTES E ACRESCENTANDO  
COR PARA AUMENTAR CONTRASTE  
E LEGIBILIDADE ENTRE OS  
Nº "2" - "1" E O FUNDO  
DA FOTO. SEGUIR A  
AMOSTRA ANEXA (PANTONE 192C)  
COMO TONALIDADE BÁSICA  
REQUERIDA NO RETORNO.  
→ IMPORTANTE: NÃO APLICAR  
A COR CHAPADA MAS SIM  
MANTENDO TRANSPARENCIA  
NECESSÁRIA P/ IDENTIFICAR  
AS TEXTURAS EXISTENTES  
NOS NÚMEROS.

APLICAR E  
TIPOGRAFIA EM PANTONE PMS 141 C  
(VER AMOSTRA ANEXA)

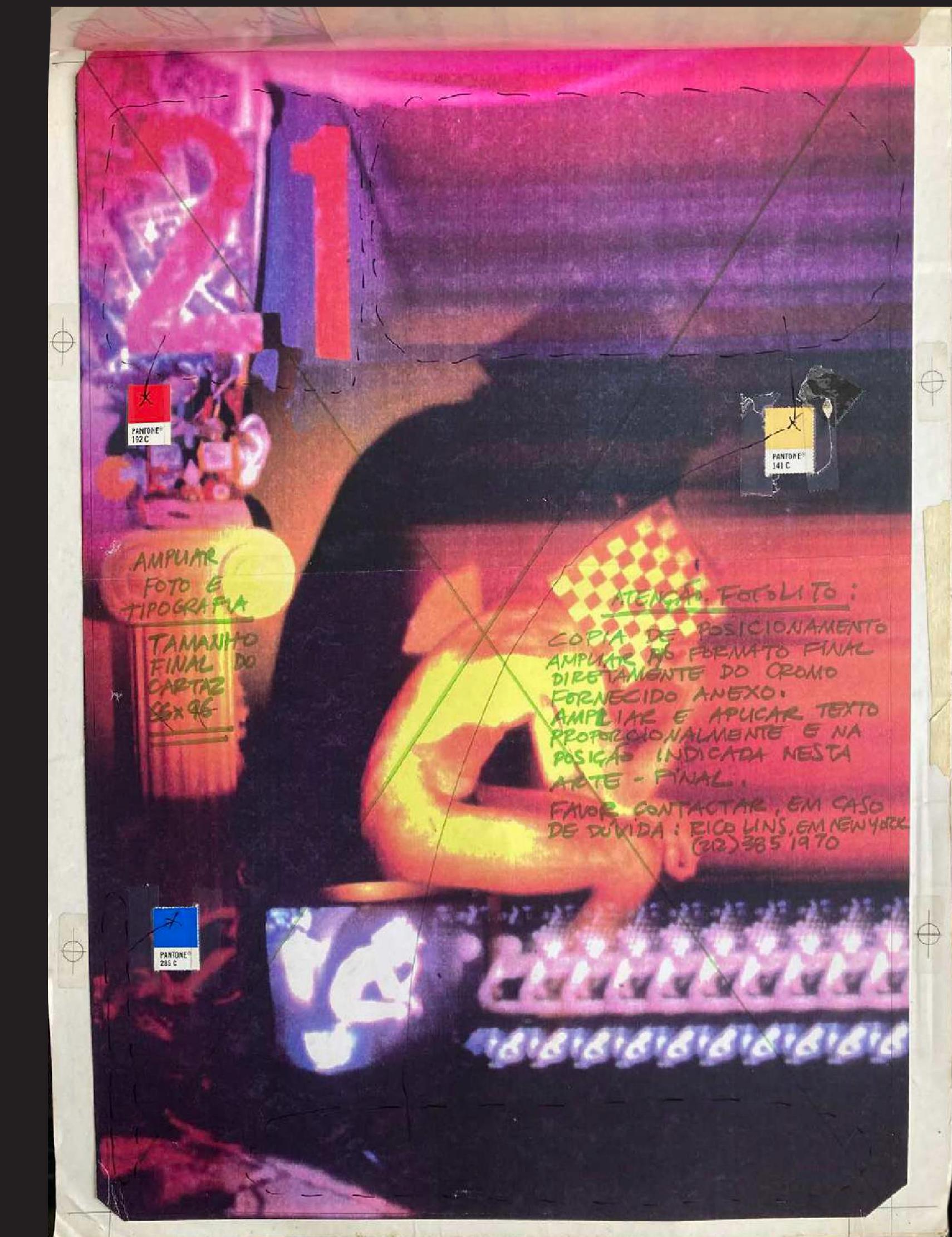
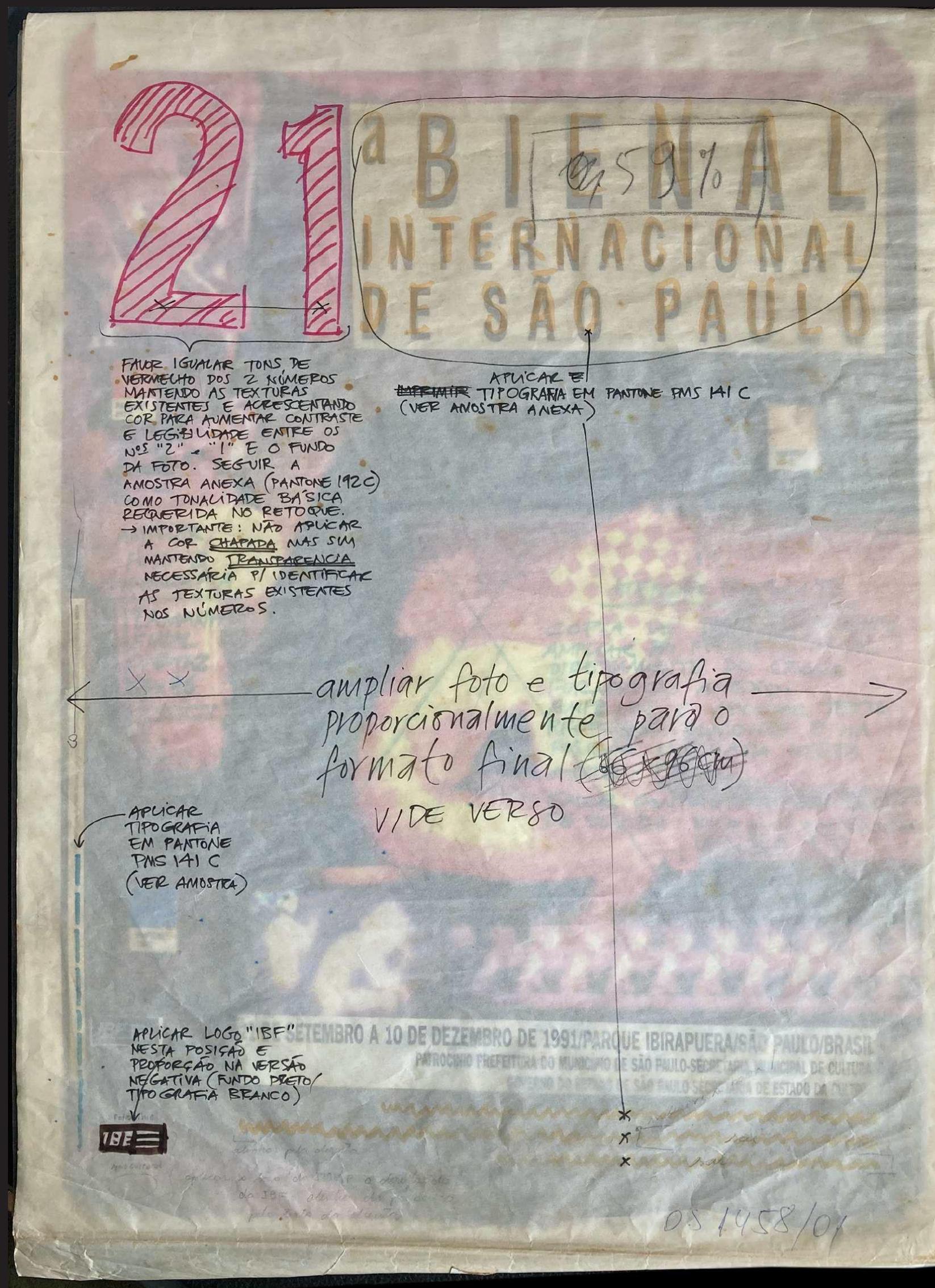
← X X ampliar foto e tipografia  
proporcionalmente para o  
formato final (60x96cm)  
V/DE VERSO

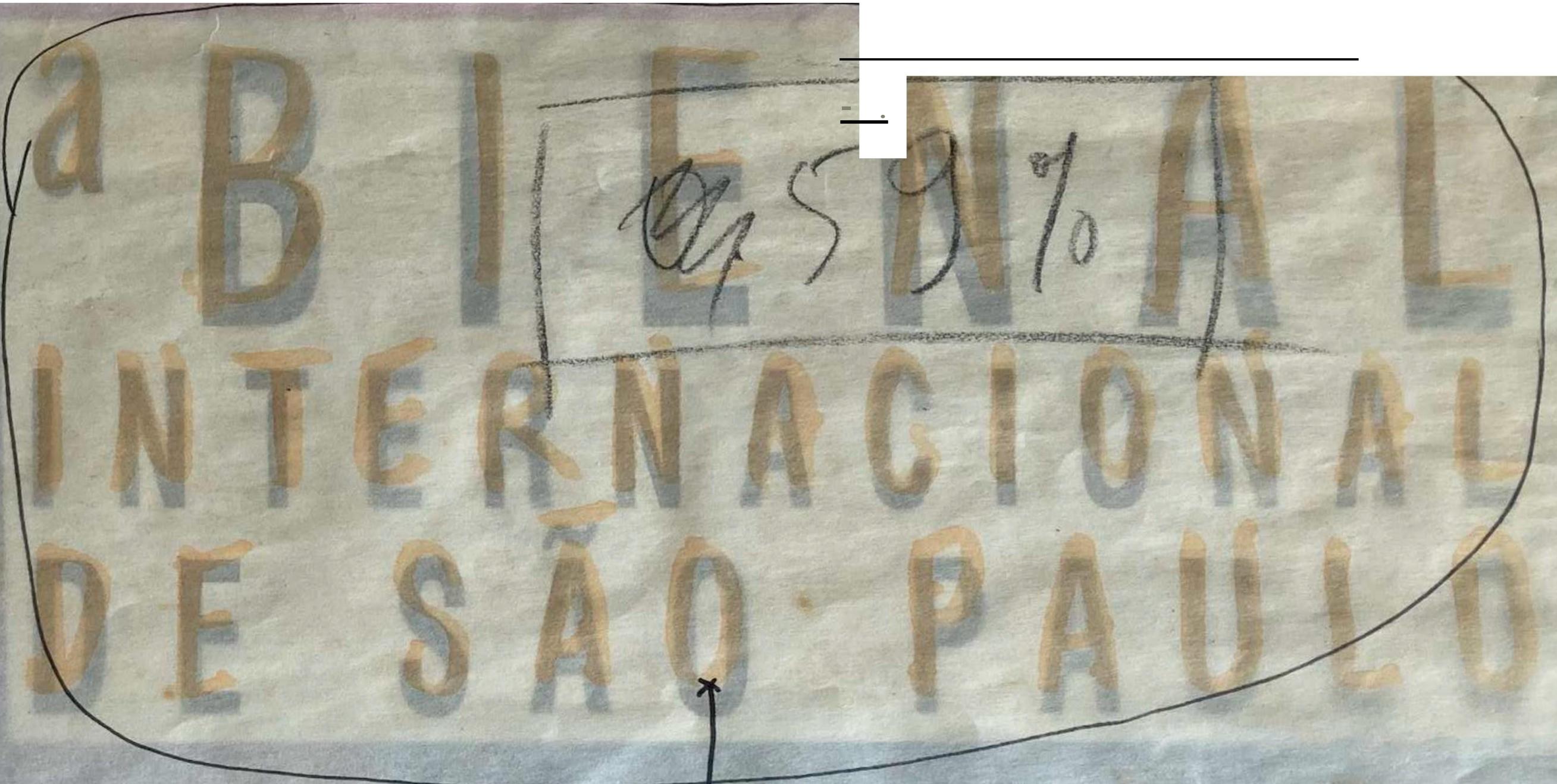
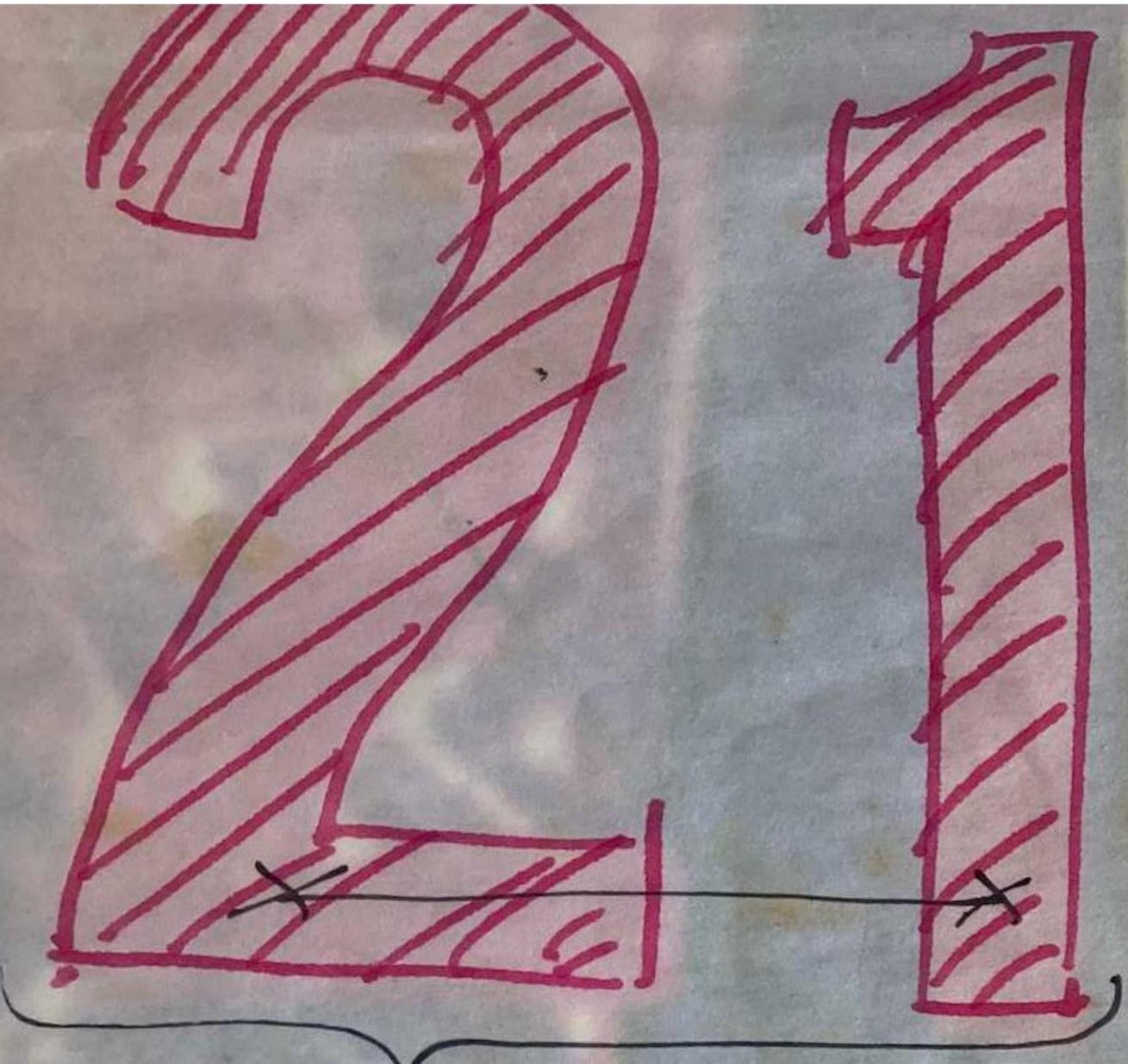
APLICAR  
TIPOGRAFIA  
EM PANTONE  
PMS 141 C  
(VER AMOSTRA)

APLICAR LOGO "IBF" SETEMBRO A 10 DE DEZEMBRO DE 1991/PARQUE IBIRAPUERA/SÃO PAULO/BRASIL  
NESTA POSIÇÃO E  
PROPOSIÇÃO NA VERSÃO  
NEGATIVA (FONDO PRETO/  
TIPOGRAFIA BRANCO)



08/1458/01





FAVOR IGUALAR TONS DE VERMELHO DOS 2 NÚMEROS MANTENDO AS TEXTURAS EXISTENTES E ACRESCENTANDO COR PARA AUMENTAR CONTRASTE E LEGIBILIDADE ENTRE OS NOS "2" - "1" E O FUNDO DA FOTO. SEGUIR A AMOSTRA ANEXA (PANTONE 192C) COMO TONALIDADE BÁSICA REQUERIDA NO RETOQUE.  
→ IMPORTANTE: NÃO APLICAR

APLICAR E  
~~IMPRIMIR~~ TIPOGRAFIA EM PANTONE FMS 1A1 C  
(VER AMOSTRA ANEXA)

COMO TONALIDADE BÁSICA  
REQUERIDA NO RETOQUE.  
→ IMPORTANTE: NÃO APLICAR  
A COR CHAPADA MAS SIM  
MANTENDO TRANSPARENCIA  
NECESSÁRIA P/ IDENTIFICAR  
AS TEXTURAS EXISTENTES  
NOS NÚMEROS.

X



- ampliar foto e tipografia  
proporcionalmente para o  
formato final (65x90cm)  
VIDE VERSO

Y

TIPOGRAFIA  
EM PANTONE  
PMS 141 C  
(VER AMOSTRA)

# u D I L I N T E R N O C I E N C I D E S Ã O P A U 0

AMPUAR  
FOTO E  
TIPOGRAFIA

TAMANHO  
FINAL DO  
CARTAZ  
56x96

ATENÇÃO. FOTOLITO :

COPIA DE POSICIONAMENTO  
AMPUAR NO FORMATO FINAL  
DIRETAMENTE DO CROMO  
FORNECIDO ANEXO.

~~IGNARIA. PELA DESEN~~

~~COPIA DE POSICIONAMENTO~~

~~AMPUIAR NO FORMATO FINAL~~

~~DIRETAMENTE DO CROMO~~

~~FORNECIDO ANEXO.~~

~~AMPLIAR E APLICAR TEXTO~~

~~PROPORTIONALMENTE E NA~~

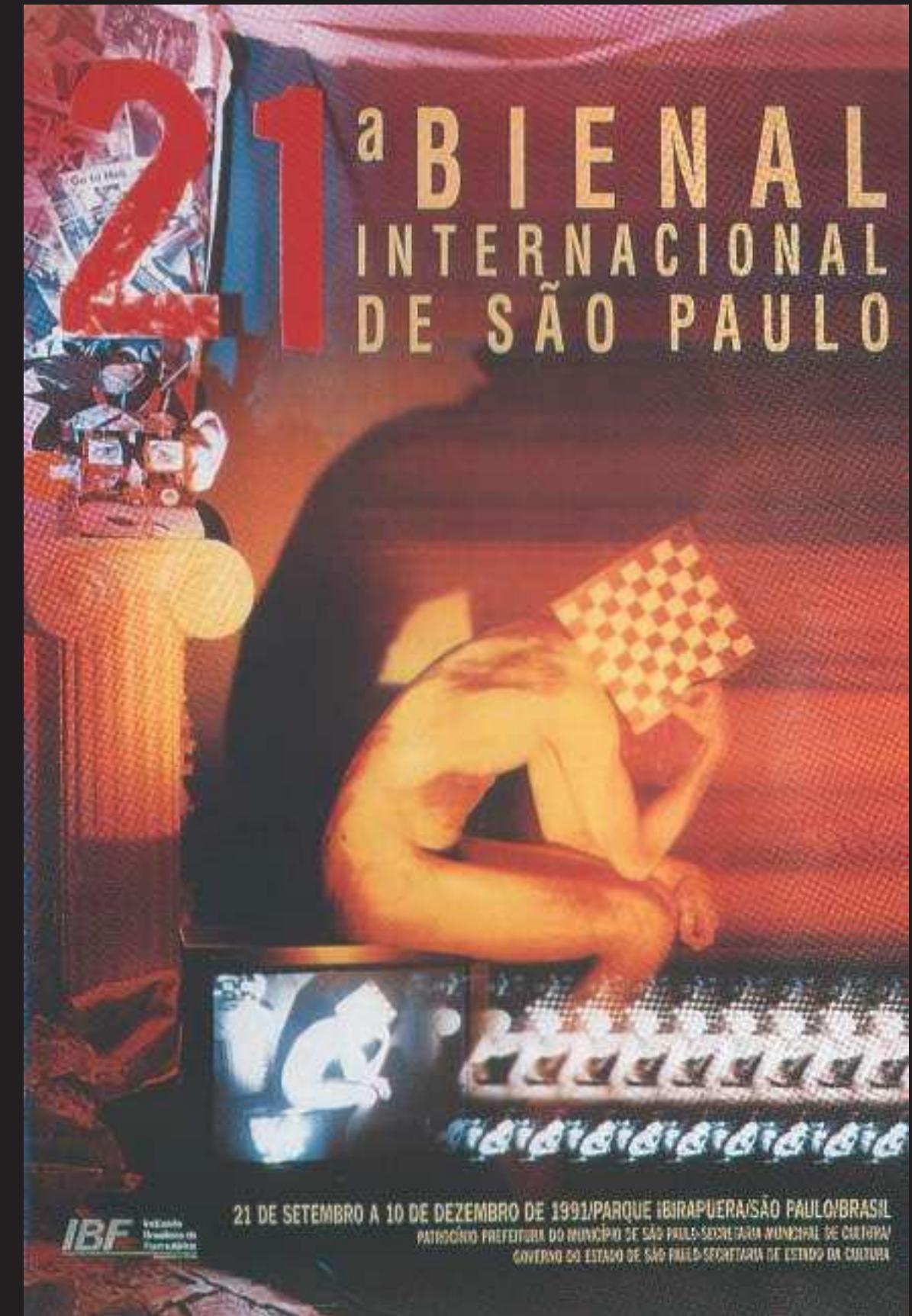
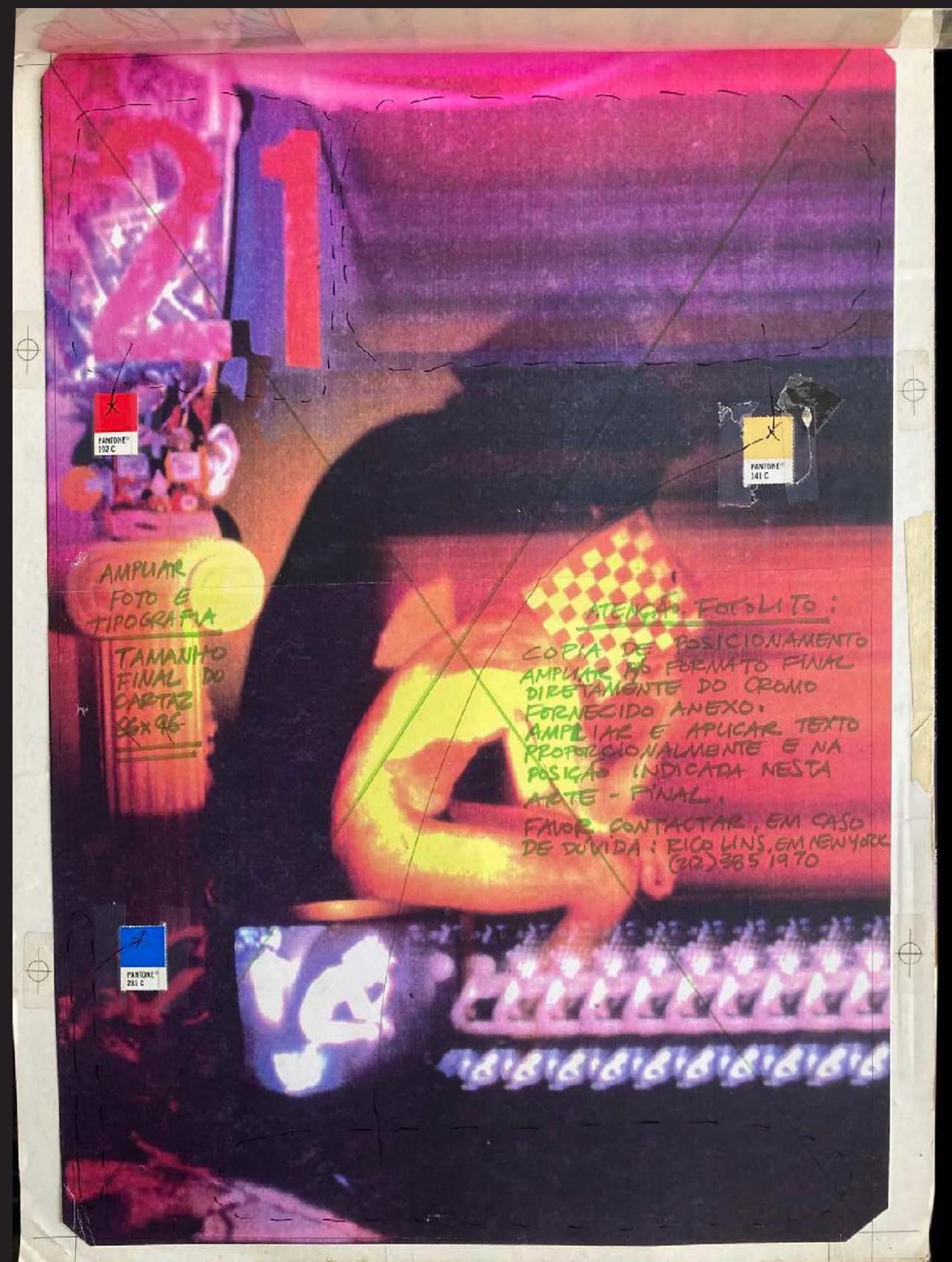
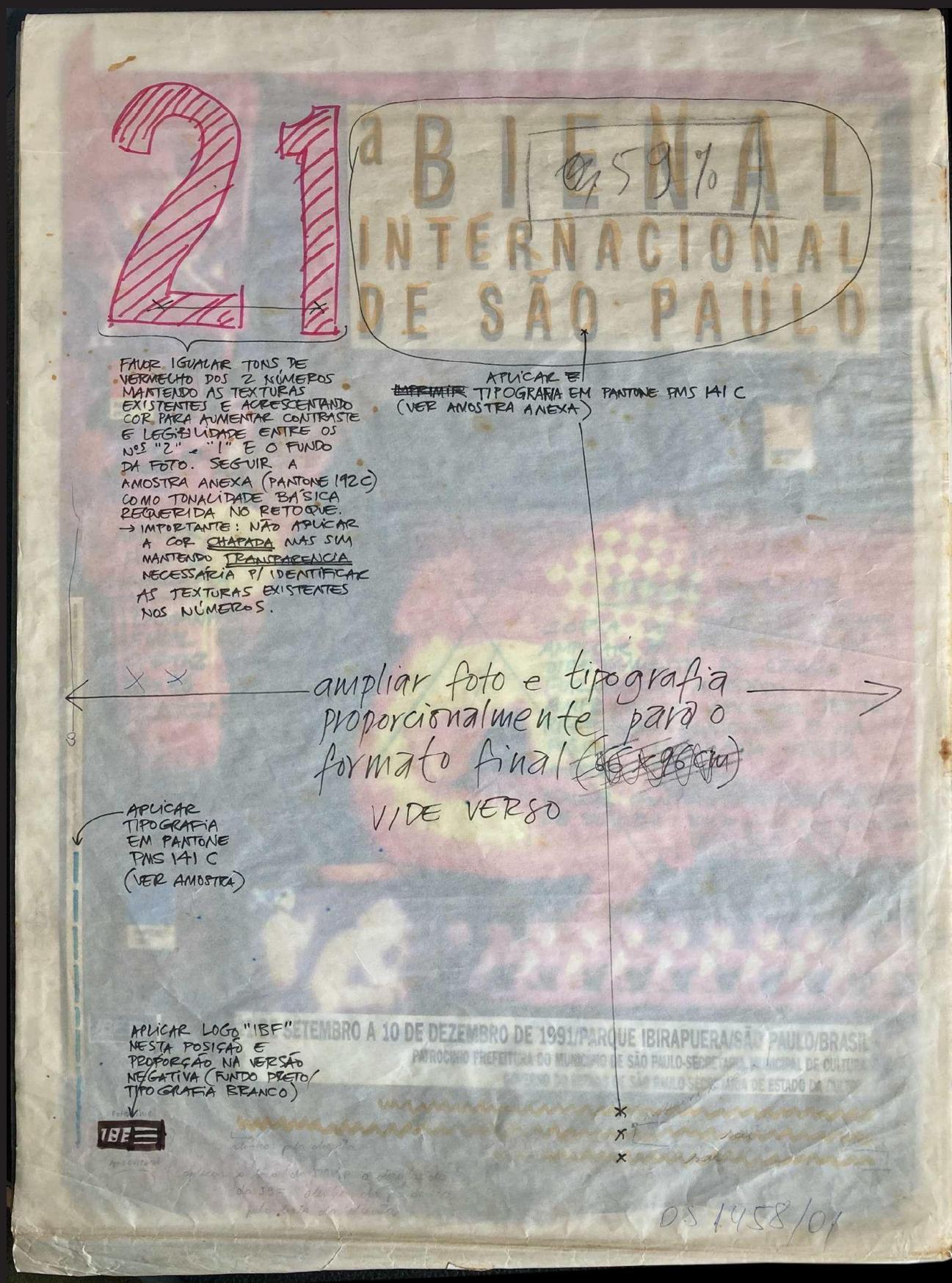
~~POSIÇÃO INDICADA NESTA~~

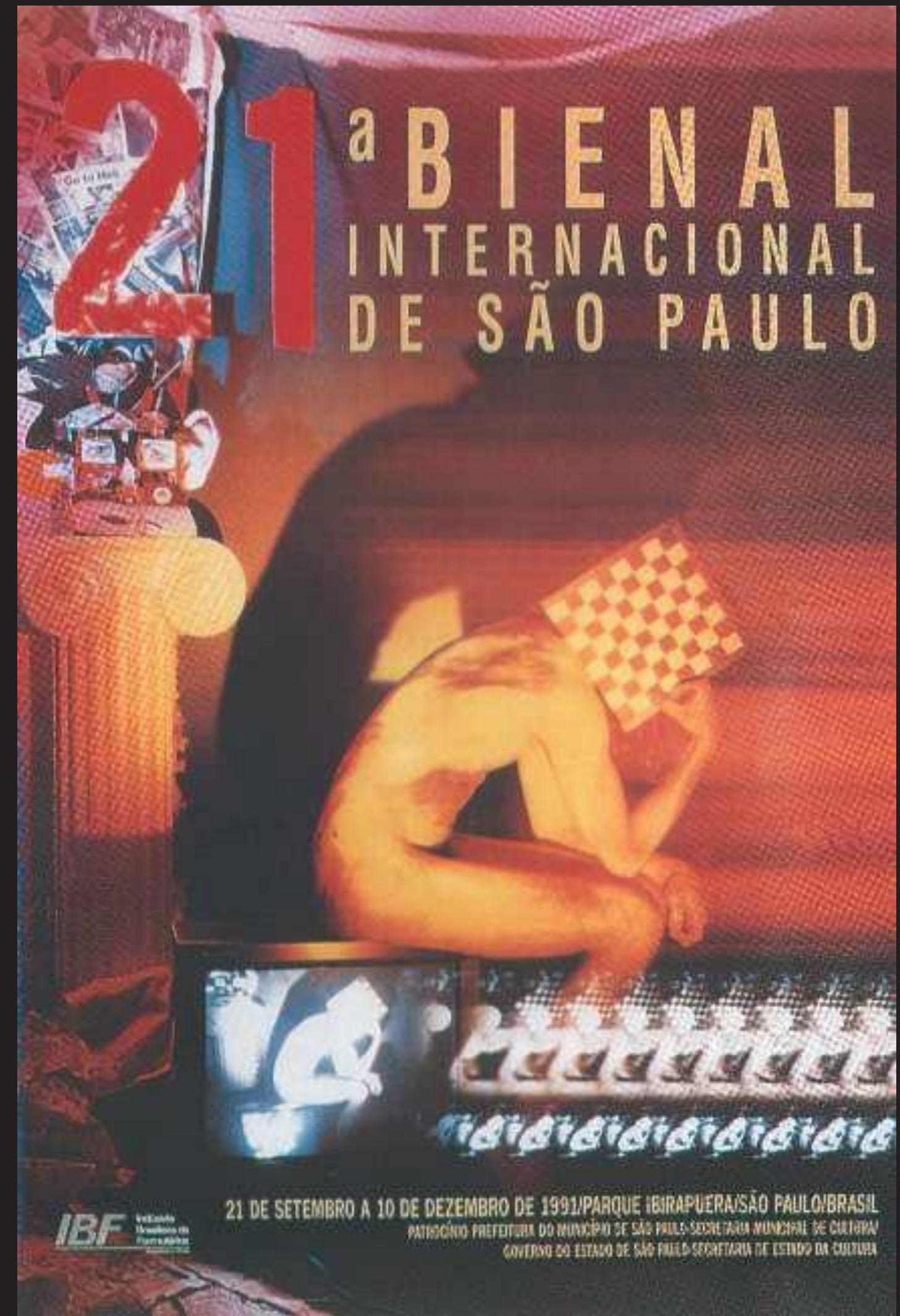
~~HOJE - FINAL.~~

PANTONE®  
192 C

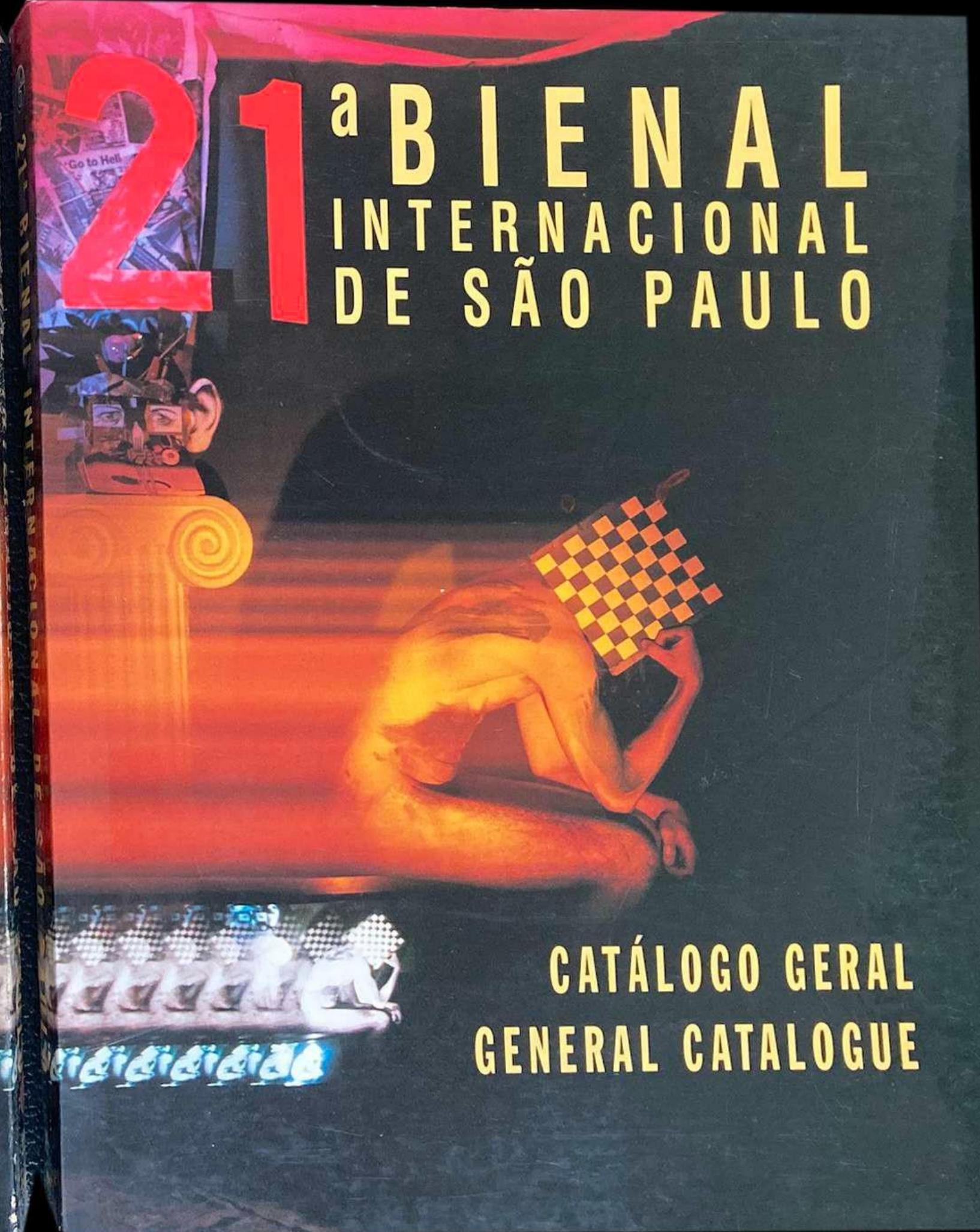
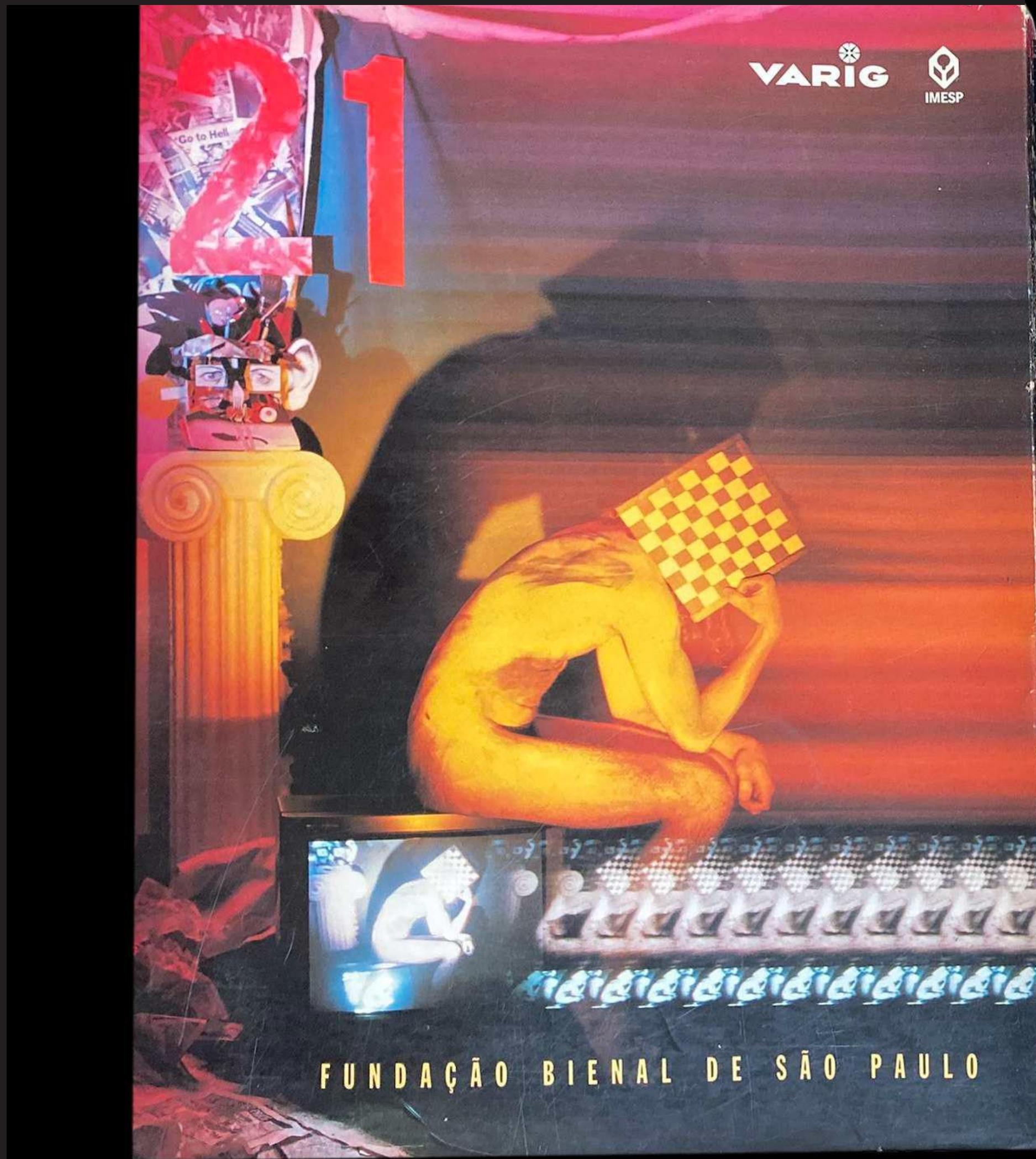
~~AMPUAR  
FOTO E  
TIPOGRAFIA  
TAMANHO  
FINAL DO  
CAPTAR  
6x96~~

~~ATENÇÃO. FOTOLUT  
COPIA DE  
AMPUAR NO FORMATO  
DIRRETAMENTE DO CR  
CORNECIDO ANEXO  
AMPLIAR E APUC  
PROPORCIONALMENTE  
POSIGAS  
ANTE - FINAL  
FAVOR CONTAC  
DE DUVIDA: RIC  
GIZ~~









VARIG



21<sup>a</sup> BIENAL INTERNACIONAL DE SÃO PAULO  
21<sup>a</sup> BIENAL INTERNACIONAL DE SÃO PAULO

21<sup>a</sup>

BIENAL  
INTERNACIONAL  
DE SÃO PAULO

21<sup>a</sup> BIENAL  
INTERNACIONAL  
DE SÃO PAULO



