

o cartaz ilustrado

aula 5

O cartaz cultural: abordagem do projeto

professor: rico lins



THE PRINCE

NEW ALBUM

let me

TAKE ME FOR WHAT I (A)

→ A SON THE

IN

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 indústria (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.

*Chico Homem de Melo, catálogo da exposição Manifesto Gráfico, 2017

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 referências 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

ABIEENAL
INTERNACIONAL
DE SÃO PAULO

0,59%

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

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

← X X → ampliar foto e tipografia
proporcionalmente para o
formato final (46 x 96 cm)
VIDE 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
PROPORÇÃO NA VERSÃO
NEGATIVA (FUNDO PRETO/
TIPOGRAFIA BRANCO)

IBF

DS 1458/01

21ª B I E N A L
INTERNACIONAL
DE SÃO PAULO

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

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

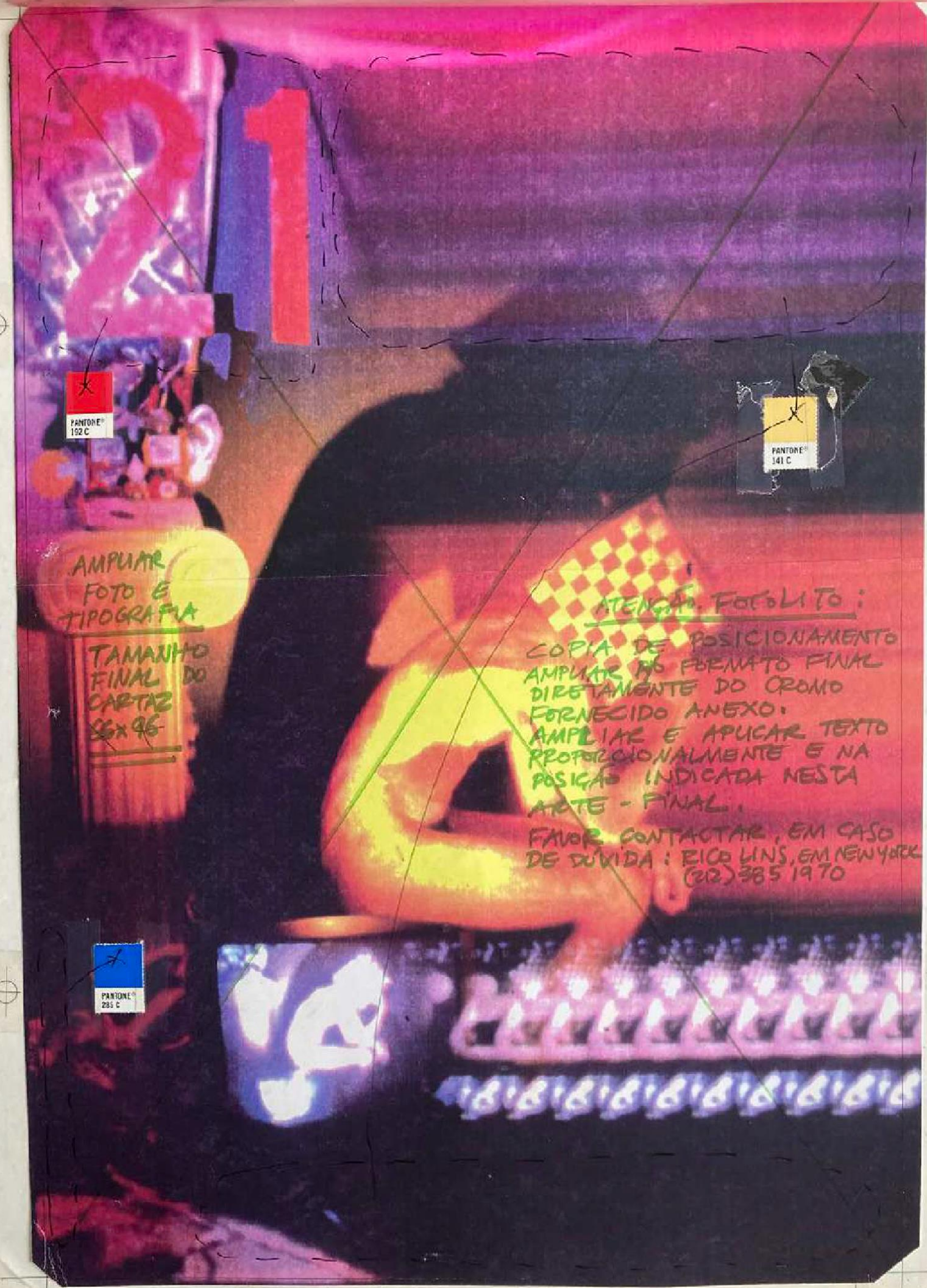
← × × ampliar foto e tipografia proporcionalmente para o formato final (86 x 96 cm) →
VIDE VERSO

APLICAR TIPOGRAFIA EM PANTONE PMS 141 C (VER AMOSTRA)

APLICAR LOGO "IBF" NESTA POSIÇÃO E PROPORÇÃO NA VERSÃO NEGATIVA (FUNDO PRETO/ TIPOGRAFIA BRANCO)

IBF

DS 1458/01



AMPLIAR FOTO E TIPOGRAFIA

TAMANHO FINAL DO CARTAZ 86x96

ATENÇÃO, FOTOLITO:

COPIA DE POSICIONAMENTO AMPLIAR NO FORMATO FINAL DIRETAMENTE DO CROMO FORNECIDO ANEXO. AMPLIAR E APLICAR TEXTO PROPORCIONALMENTE E NA POSIÇÃO INDICADA NESTA ABTE - FINAL.

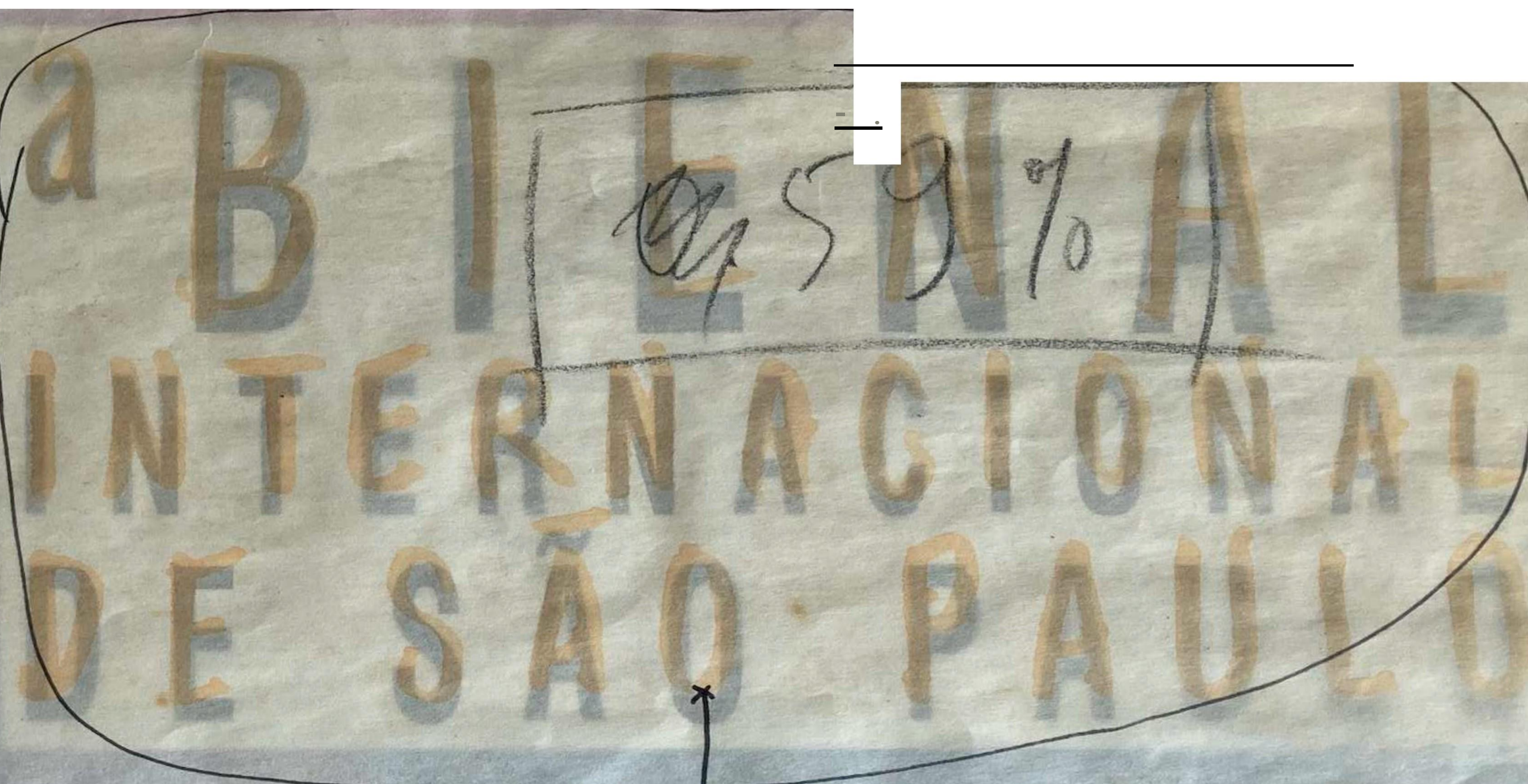
FAVOR CONTACTAR, EM CASO DE DÚVIDA: EICO LINS, EM NEW YORK (212) 385 1970

PANTONE 281 C

PANTONE 141 C



FAVOR IGUALAR TONS DE VERMELHO DOS 2 NÚMEROS MANTENDO AS TEXTURAS EXISTENTES E ACRESCENTANDO COR PARA AUMENTAR CONTRASTE E LEGIBILIDADE ENTRE OS N°S "2" e "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 PMS 141 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.

- ampliar foto e tipografia
proporcionalmente para o
formato final ~~(66 x 96 cm)~~
VIDE VERSO

TIPOGRAFIA
EM PANTONE
PMS 141 C
(VER AMOSTRA

"DILEMA" INTERNACIONAL DE SÃO PAULO



PANTONE®
192 C



PANTONE®
141 C

AMPLIAR
FOTO E
TIPOGRAFIA

TAMANHO
FINAL DO
CARTAZ
88x96

IMPRESSA OFICIAL DO ESTADO S.A. IMESP

37

ATENÇÃO. FOTOLITO:
COPIA DE POSICIONAMENTO
AMPLIAR NO FORMATO FINAL
DIRETAMENTE DO CROMO
FORNECIDO ANEXO.

ATENÇÃO. POR FAVOR

COPIA DE POSICIONAMENTO
AMPLIAR NO FORMATO FINAL
DIRETAMENTE DO CROMO
FORNECIDO ANEXO:
AMPLIAR E APLICAR TEXTO
PROPORCIONALMENTE E NA
POSICÃO INDICADA NESTA
ARTE - FINAL.

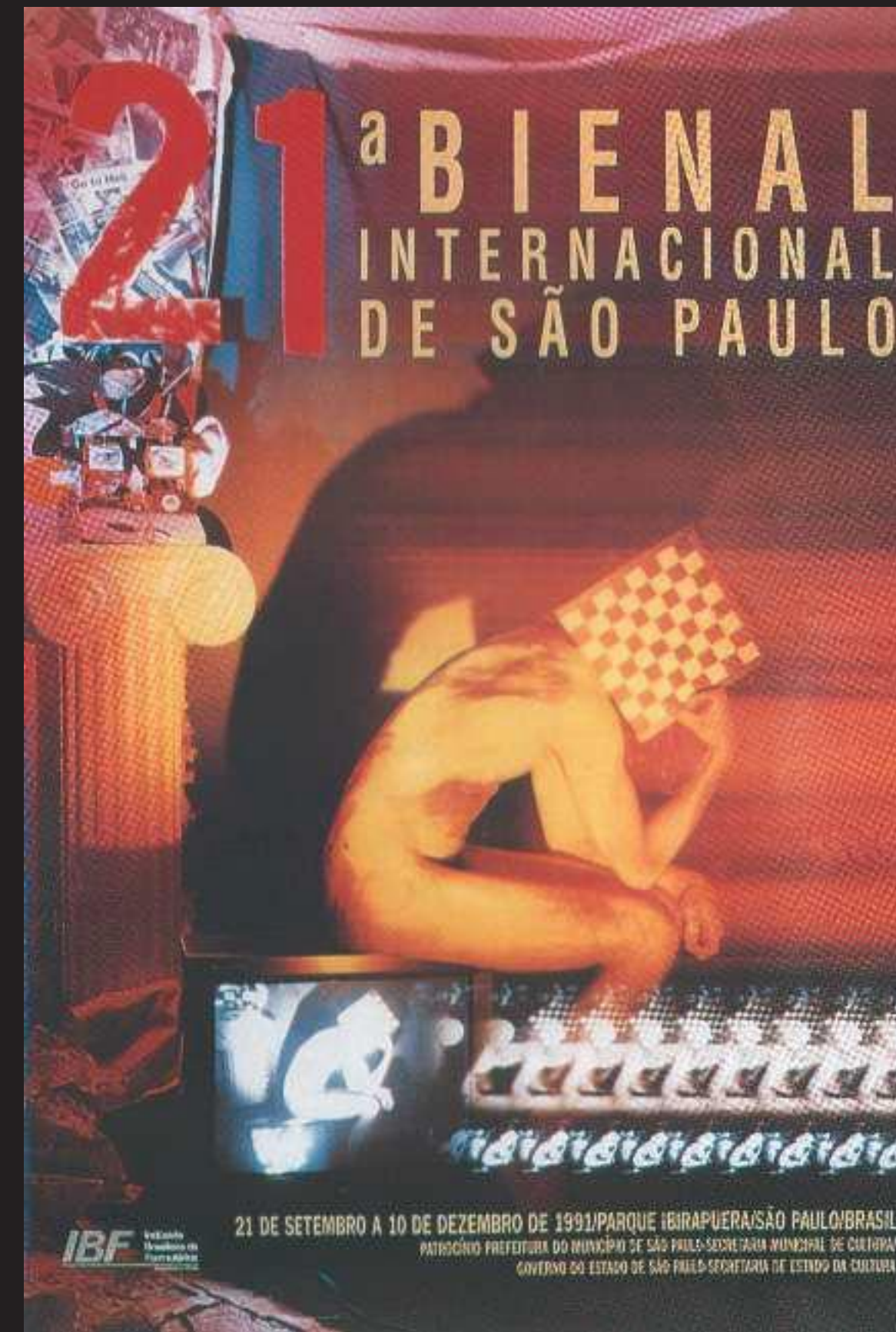
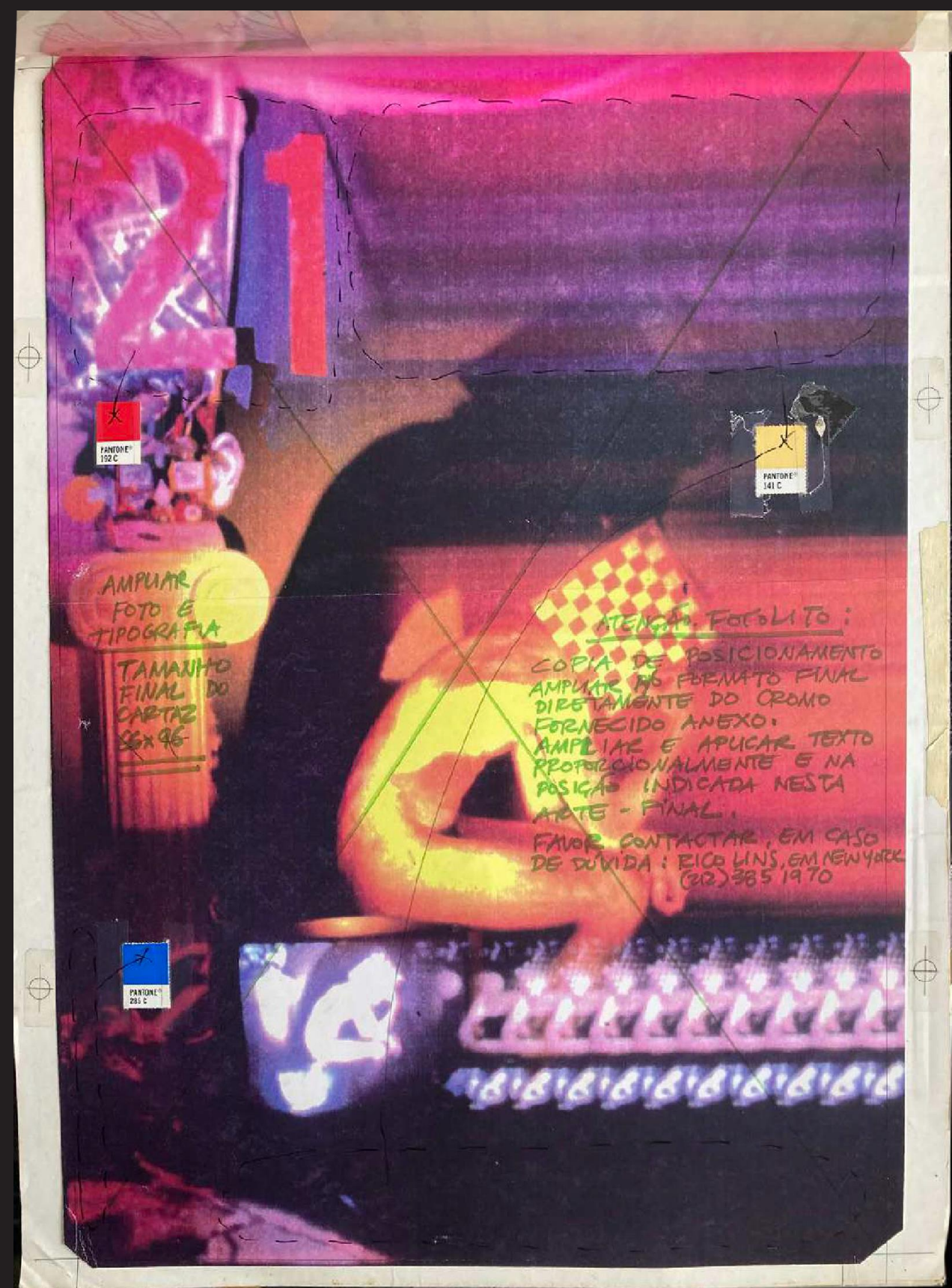
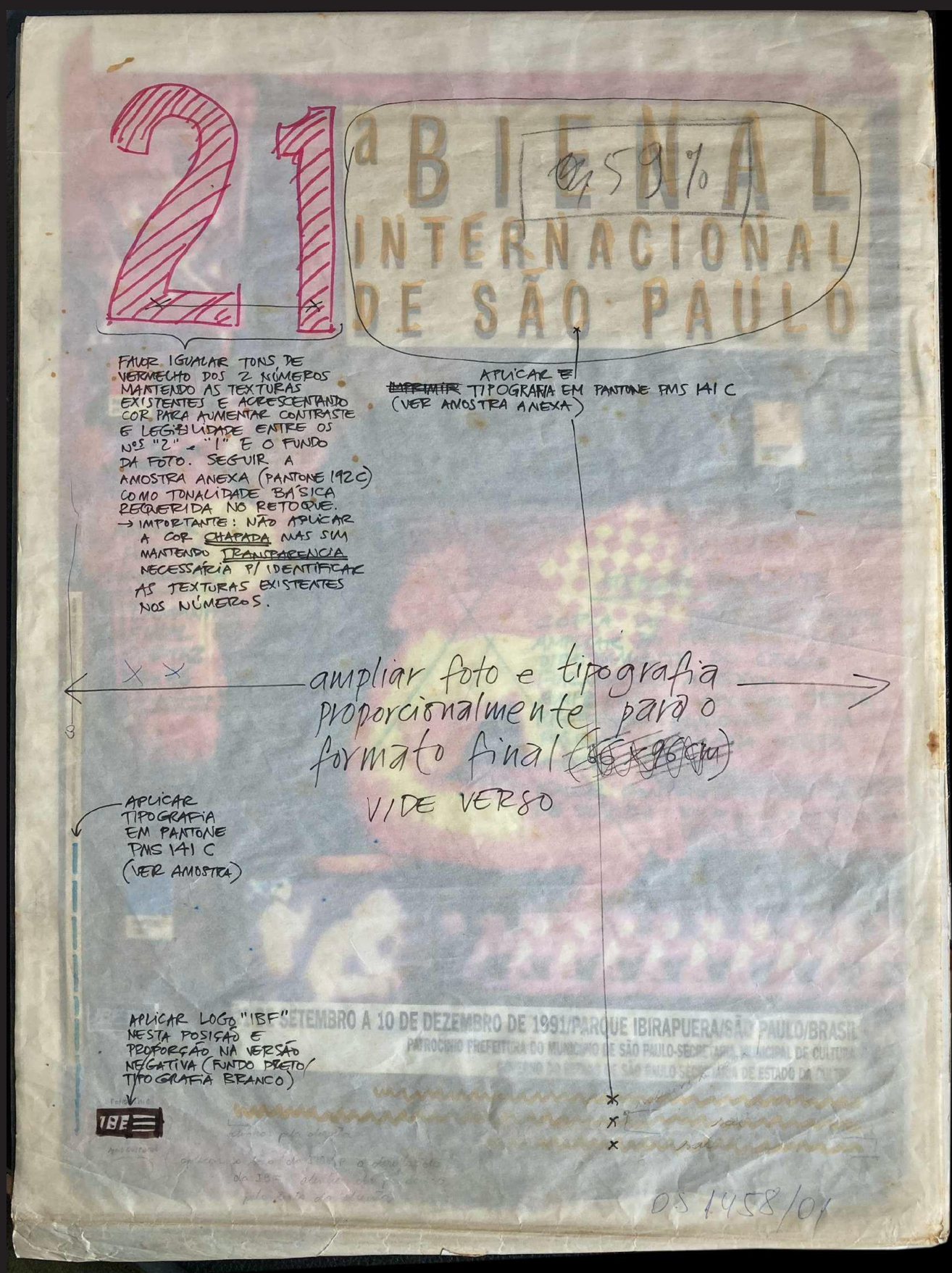
EM CASA

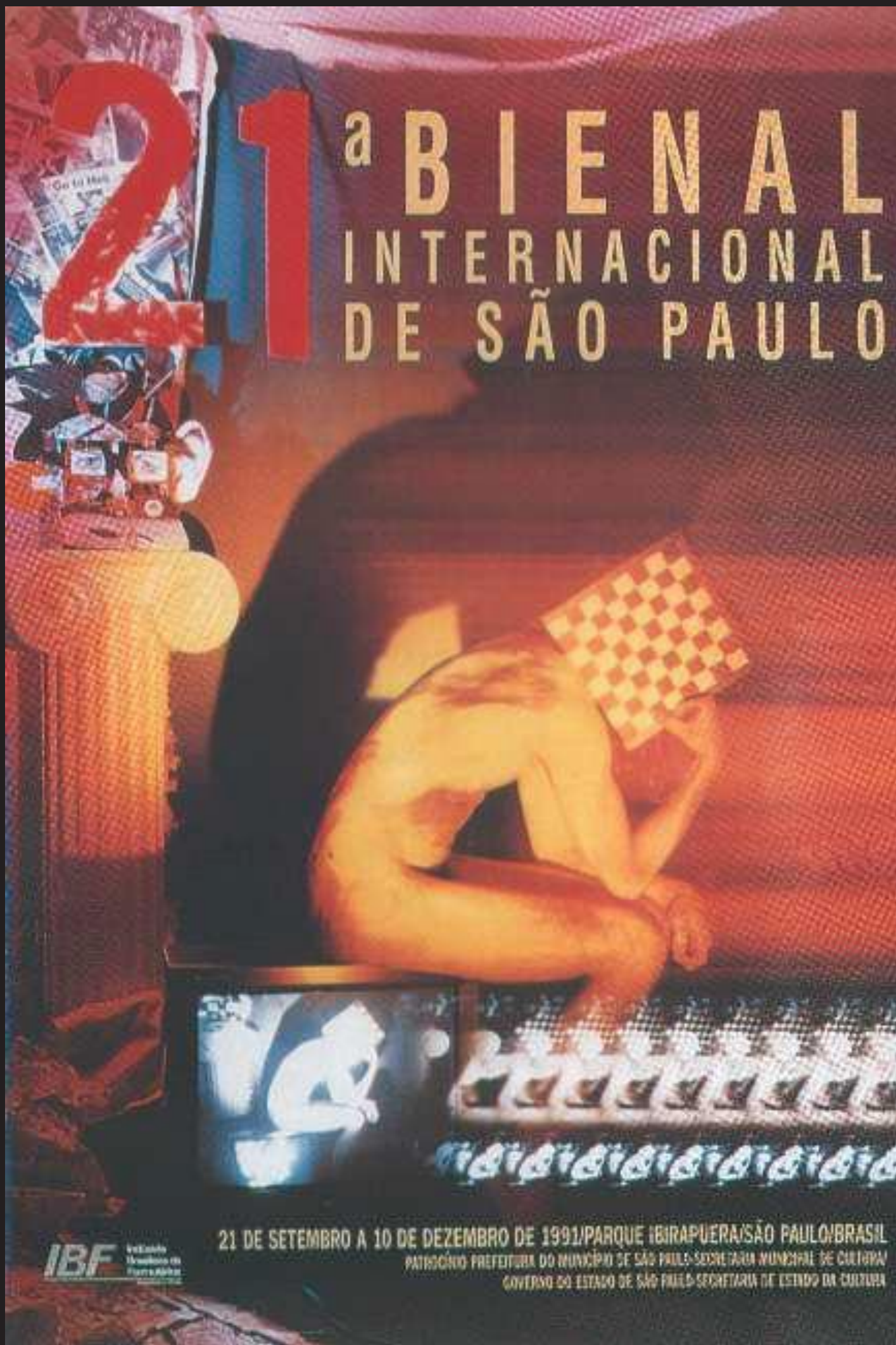
PANTONE®
192 C

AMPUAR
FOTO E
TIPOGRAFIA

TAMANHO
FINAL
CARTAZ
16x96

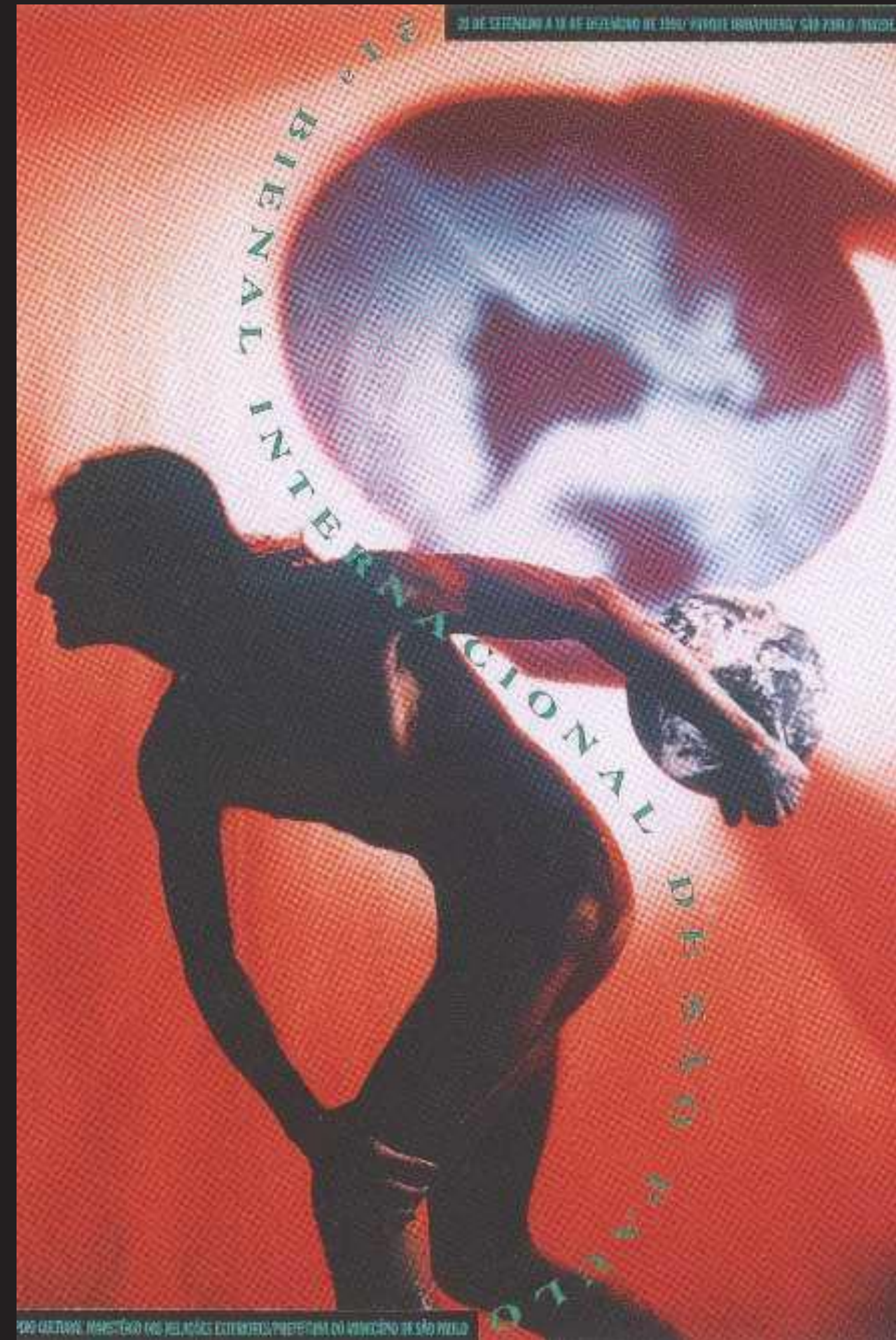
ATENÇÃO. FOTOLIT
COPIA DE POSICION
AMPUAR NO FORMATO
DIRETAMENTE DO CR
FORNECIDO E ANEXO
AMPLIAR E APUC
PROPORCIONALMENTE
POSICÃO INDICADA
ARTE - FINAL
FAVOR CONTACTAR
DE DÚVIDA: RICHARD

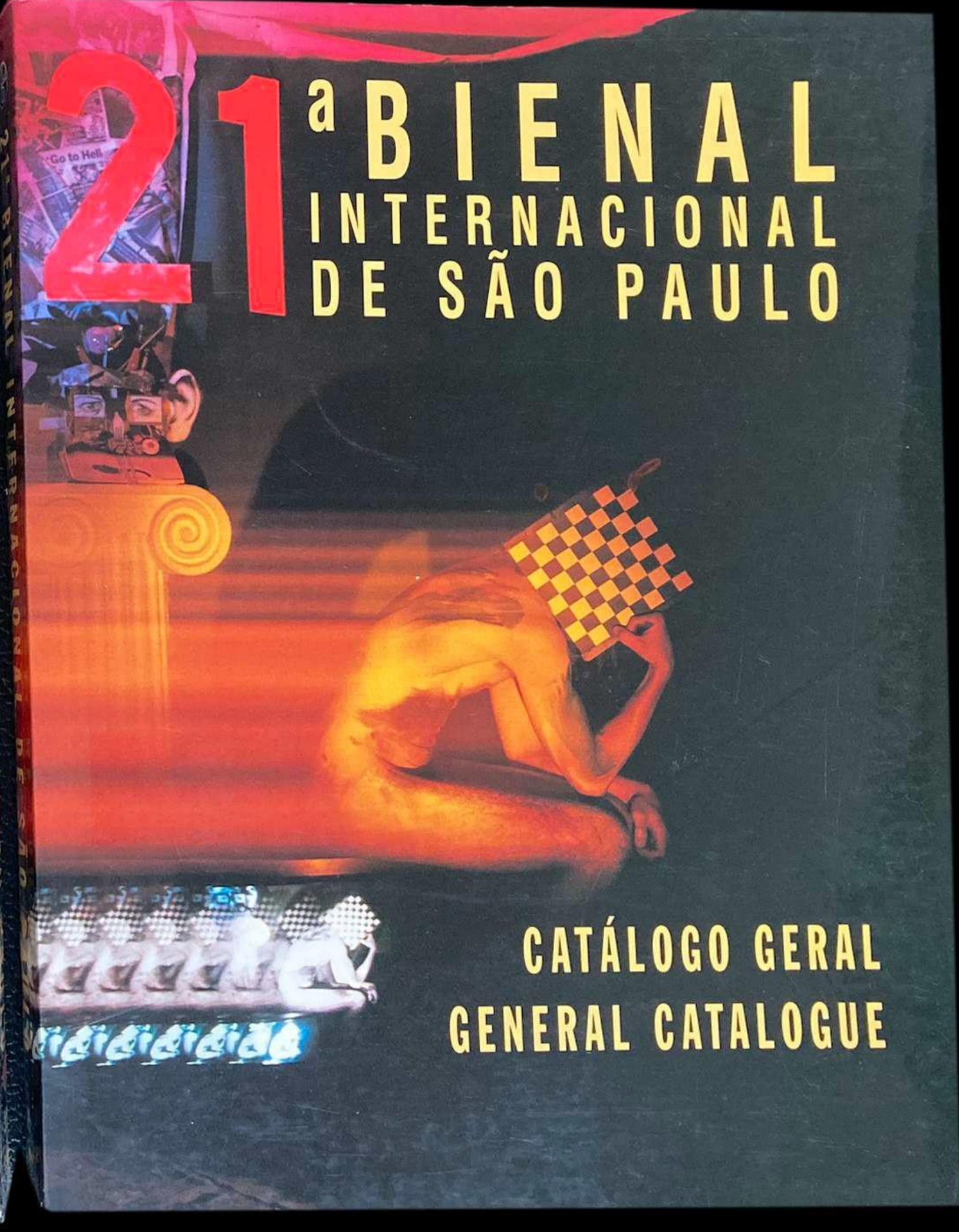
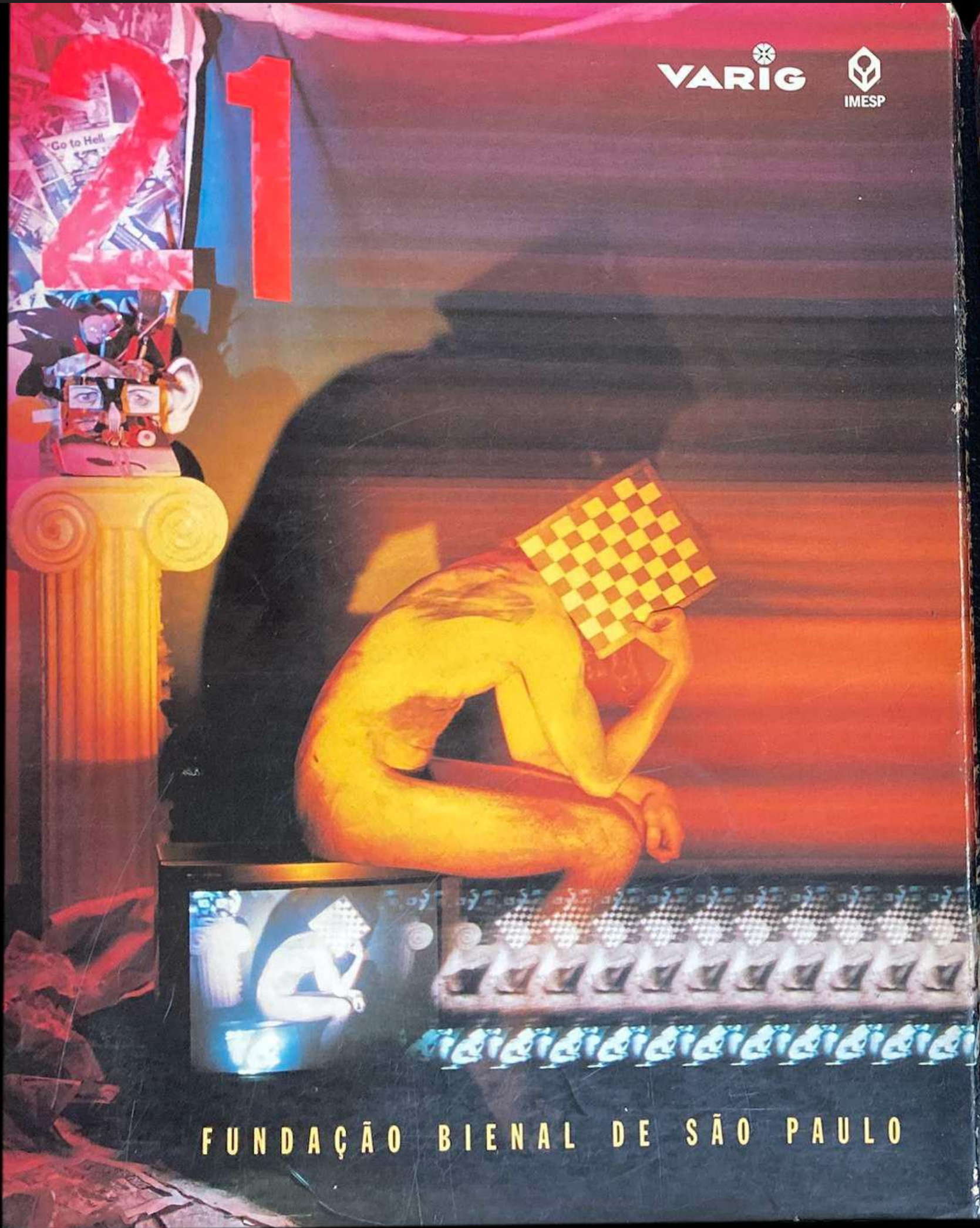




IBF
Instituto Brasileiro de Fotografia

21 DE SETEMBRO A 10 DE DEZEMBRO DE 1991/PARQUE IBIRAPUEIRA/SÃO PAULO/BRASIL
PATROCÍNIO: PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO-SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA
GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO-SECRETARIA DE ESTADO DA CULTURA





 **VARIG**



21^a

BIENAL INTERNACIONAL DE SÃO

PAUL

