



MUROCROMIA: PROPAGANDA E ARTE NOS MUROS DA CIDADE

Kathleen Hoberg Andre – UNIUV^{1*}

Bruno Moreschi Marcinichen - UNIUV²

Gabriela Borges de Souza – UNIUV³

Professor Orientador: Fernando César Gohl⁴

Agência Financiadora: Uniuiv

Modalidade de Apresentação: Comunicação Oral

INTRODUÇÃO

O projeto destina-se à aplicação da arte urbana na Publicidade e Propaganda, visando às intervenções artísticas nos muros das cidades de Porto União - SC e União da Vitória – PR, para demonstrar como a arte, reflexão e a publicidade caminham juntas no dia a dia de um profissional da área.

OBJETIVOS

OBJETIVO GERAL

Viabilizar a utilização da pesquisa acadêmica relacionada diretamente às disciplinas de Produção Gráfica e Direção de Arte, para desenvolver a interdisciplinaridade e aplicação dos conhecimentos com base nas intervenções artísticas nos muros da cidade. Mostrar e demonstrar como a arte e a propaganda andam juntas, usando de diversos conceitos para alcançar a visibilidade desejada e disseminar o aprendizado do projeto, de maneira que também abrange intervenções poéticas e oficinas em escolas com o objetivo de fazer com que isso leve a futuras reflexões sobre o graffiti e estêncil.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Desenvolver as capacidades de criação gráfica para diversos meios publicitários;
- b) Identificar técnicas de desenvolvimento de matérias e abordagem de clientes;
- c) Analisar e debater conteúdos apropriados para a aplicação de técnicas nas diferentes intervenções urbanas;
- d) Contribuir para o desenvolvimento da arte urbana nas cidades;
- e) Contribuir para o embelezamento urbano das cidades;
- f) Contribuir em colégios na disciplina de arte com oficinas de estêncil e graffiti

METODOLOGIA

A pesquisa tem seu principal embasamento no conceito de Pesquisa-Ação, pois busca a articulação entres os conhecimentos aprendidos em sala e a aplicação dos mesmos em uma realidade cultural. O projeto é dividido em fases, que compreendem desde a pesquisa de muros disponíveis para a intervenção, até a fase de finalização e aplicação da arte gráfica desenvolvida. Consistem, também, como

¹ Acadêmica do 4º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Uniuiv. E-mail: pp.kathleen.andre@uniuv.edu.br

² Acadêmico do 6º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Uniuiv. E-mail: pp.bruno.marcinichen@uniuv.edu.br

³ Acadêmica do 6º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Uniuiv. E-mail: pp.gabriela.souza@uniuv.edu.br

⁴ Professor da UNIUV. E-mail: prof.fernando@uniuv.edu.br



partes da pesquisa, o desenvolvimento das artes e conceitos visuais a serem aplicados nos locais escolhidos.

O projeto compreende seis etapas básicas de desenvolvimento e aplicação. A primeira fase compreende a pesquisa de campo dos muros disponíveis e viáveis para a aplicação das expectativas do projeto, e contexto cultural em que ele se encontra, se é compatível com a arte a ser desenvolvida. De maneira direta à primeira fase, a segunda compreende a abordagem dos proprietários dos muros e a solicitação do uso e autorização de uso pelo projeto. Após isso, dá-se a necessidade da terceira etapa, que consiste no recrutamento de patrocinadores para os materiais necessários para a elaboração das artes e propagandas nos muros. Depois de conseguido os muros, a autorização de uso e os patrocinadores dos materiais necessários, entra em ação o desenvolvimento gráfico das peças que serão colocadas nos muros, que podem ser de colagem ou estêncil. Desenvolvidos os materiais que serão aplicados, parte-se para a parte prática do projeto, a aplicação nos muros. A última etapa consiste na divulgação dos resultados alcançados na pesquisa e em seu desenvolvimento.

RESULTADOS ATINGIDOS E ESPERADOS

A pesquisa está em fase final de desenvolvimento, e integra o quadro do Programa de Incentivo à Pesquisa Acadêmica – PIPA. Buscando principalmente com a pesquisa, o impacto visual para despertar a consciência artística da sociedade em geral. Também já foram realizadas abordagens e as práticas do desenvolver das habilidades acadêmicas adquiridas pelas teorias pesquisadas, para aplica-las ao mercado de trabalho atual, sendo que o principal aspecto da pesquisa trata-se da propaganda em muros, e reflexão sobre seus impactos nos meios urbanos, viabilizada pelas intervenções artísticas desenvolvidas pelos acadêmicos. Ao longo da realização da pesquisa obteve-se o aperfeiçoamento das atividades diretamente relacionadas com o desempenho em produção gráfica e direção artística. Vale ressaltar que, inicialmente, o projeto buscava apenas a propaganda nos muros da cidade e com o decorrer de sua pesquisa e realização percebeu-se a necessidade de buscar mais e desenvolver mais muros que fossem além da propaganda, buscando, também, reflexões filosóficas e sociológicas.

REFERÊNCIAS

- DEMO, P. **Metodologia científica em Ciências Sociais**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1992.
- Publicidade e Propaganda/Produção Publicitária. **Guia do Estudante**. 2014. Disponível em: <http://guiadoestudante.abril.com.br/profissoes/comunicacao-informacao/publicidade-propaganda-producao-publicitaria-688121.shtml>. Acessado em: 25 abr. 2014.
- TOZONI-REIS, M. F. de C. **Metodologia da pesquisa**. 2.ed. Curitiba: IESDE Brasil, 2009.
- WAITEMAN F. **Manual prático de criação publicitária: o dia-a-dia da criação em uma agência**. São Paulo: Nobel, 2006.