

RESUMO EXPANDIDO - DESIGN

ANÁLISE GESTÁLTICA DA PROPAGANDA IMPRESSA DO SÉCULO XX

Tamyres Lima Da Costa (tamyreslims88@gmail.com)

Maria Aurileide Ferreira Alves (malves2@fanor.edu.br)

RESUMO

A Revolução Industrial mudou a vida da sociedade em geral como é amplamente discutido, o fácil acesso, a quantidade de oferta de produtos, o baixo custo, a mão de obra farta, criou um estímulo social, quase uma fixação por comprar. Antes, apenas o básico era preciso, como duas roupas por pessoa, para serem usadas até o fim de sua vida útil, utensílios de casa e ferramentas. Dada a revolução industrial, as pessoas começaram a querer mais e precisavam exibir seus modos de vida, seu status social. Mas para que isto pudesse acontecer, começaram a comprar cada vez mais e mais. Graças a este movimento, as empresas viram a necessidade de se mostrarem, propagar seus produtos, exibindo-os para provocar desejos. Foi nesse contexto que o cartaz ganhou força. em uma definição mais concisa, cartaz é, segundo Moles (1974) um objeto fixável sobre superfície plana com o intuito de atrair a atenção de quem o vê. Nos seus primórdios, o cartaz que hoje conhecemos era de modelo edital, com título garrafal e com pequenas letras na parte inferior e nele quase não se viam imagens. Somente com o avanço da propaganda já em meados do final de Século XX, os cartazes passam a adquirir uma amplitude de cores, formas e tamanho. Usados não apenas para fins publicitários, mas também para fins de propaganda governamental, para educação e política. Infelizmente, o uso do cartaz foi exagerado, acabando poluindo visualmente as ruas e com o passar das décadas, já não se conseguia diferenciar os cartazes entre si, tamanha era a sobreposição de camadas e camadas de colagens. Nesse contexto o presente trabalho irá analisar o cartaz, como produto fundamental para a diferenciação da percepção visual do consumidor. Através dos princípios da Gestalt aplicados na comunicação visual e gráfica, será feita uma seleção e análise de a amostra de 6 cartazes obtidos da internet, usados

para a propaganda e publicidade da época. Gestalt por sua vez é a área da psicologia que estuda as formas e a percepção visual, sendo fundamental para uma análise comparativa e elemento indispensável deste estudo, seus seis princípios básicos servirão como método de análise das imagens. Seguindo os conceitos do professor Dr. João Gomes filho, em seu livro Gestalt do Objeto. Com esta análise é esperado encontrar um padrão de comunicação visual que utilizava-se durante o período de transição do século XX. Ocorrendo de nenhum dos cartazes seguirem um padrão será relatado como cada cartaz se utiliza de elementos diferentes da Gestalt.

Palavras-chave: Design. Revolução industrial. Cartaz. Análise gestalt