

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA

Instituto de Artes e Design

MARIA LUISA RESENDE GRECO MADEIRA SILVA

**DESIGN E CINEMA: Criação de Identidade Visual
para o Curta-metragem *Fora da Caixa***

Juiz de Fora

2023

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA

Instituto de Artes e Design

Bacharelado em Design

DESIGN E CINEMA: Criação de Identidade Visual para o Curta-metragem *Fora da Caixa*

MARIA LUISA RESENDE GRECO MADEIRA SILVA

Trabalho de Conclusão de Curso submetido
ao Curso de Design da Universidade
Federal de Juiz de Fora como requisito
parcial para a obtenção do Grau de
Bacharel em Design.

Prof. Orientador: Marcelo Vianna Lacerda
de Almeida

Juiz de Fora

2023

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Resende Greco Madeira Silva, Maria Luisa.

Design e Cinema : Criação de Identidade Visual para o Curta-metragem Fora da Caixa / Maria Luisa Resende Greco Madeira Silva. -- 2023.

26 p.

Orientador: Marcelo Vianna Lacerda de Almeida

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Artes e Design, 2023.

1. Design gráfico. 2. Identidade visual. 3. Curta-metragem. 4. Cinema. 5. Imagem de síntese. I. Vianna Lacerda de Almeida, Marcelo, orient. II. Título.

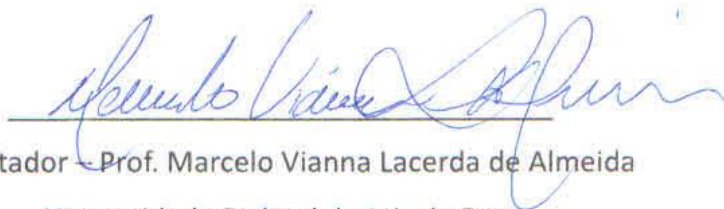
Maria Luisa Resende Greco Madeira Silva

**DESIGN E CINEMA: Criação de Identidade Visual
para o Curta-metragem *Fora da Caixa***

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como
requisito para obtenção de título de Bacharel em
Design pelo Instituto de Artes e Design da
Universidade Federal de Juiz de Fora.

Juiz de Fora/MG, 06 de julho de 2023

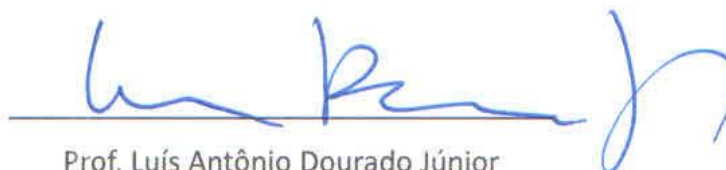
BANCA EXAMINADORA



Orientador – Prof. Marcelo Vianna Lacerda de Almeida
Universidade Federal de Juiz de Fora



Prof. Luís Cláudio Costa Fajardo
Universidade Federal de Juiz de Fora



Prof. Luís Antônio Dourado Júnior
Universidade Federal de Juiz de Fora

AGRADECIMENTOS

Agradeço imensamente aos meus pais e irmã, por todo suporte, incentivo e amor incondicional. À Giovana Padovani, por confiar e compartilhar este projeto maravilhoso em que tive a honra de fazer parte. Ao professor Marcelo Lacerda, por ter sido meu orientador e ter desempenhado tal função com dedicação e paciência. À Bruna Rocha pelas correções textuais e conforto nos momentos necessários. E a todos aqueles que contribuíram, de alguma forma, para a realização deste trabalho.

RESUMO

Este trabalho apresenta o processo de criação da identidade visual do curta-metragem *Fora da Caixa*, uma produção do Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). A pesquisa bibliográfica foi usada como base para o desenvolvimento do projeto, contemplando a escolha e aplicação de teorias próprias do design, juntamente com pesquisas e discussões interdisciplinares e conceituais envolvendo outras áreas artísticas. A partir da inevitável e intrínseca conexão com o cinema, foi feita uma análise de mercado a fim de inspirar e auxiliar a elaboração da identidade visual. Com destaque para o conceito de signos visuais e imagem de síntese, além da metodologia elaborada por Bernd Löbach, este Trabalho de Conclusão de Curso tem como objetivo comunicar valores, sentimentos e múltiplas significações provocados pelo filme *Fora da Caixa*. A comunicação será feita através de peças gráficas que irão introduzir, contemplar e divulgar, de maneira rica e única, a vivência entre a infância e a criatividade com o passar do tempo.

Palavras-chave: Design gráfico. Identidade visual. Cinema. Curta-metragem.

ABSTRACT

This article presents the creation process of the visual identity of the short film *Fora da Caixa*, a production from the Institute of Arts and Design of Federal University of Juiz de Fora (UFJF). The literature review was used as basis for the project development, contemplating the choice and implementation of theories specific to design, alongside interdisciplinary and conceptual researches and discussions involving other artistic areas. From the inevitable and intrinsic connection to cinema, a market analysis was performed in order to inspire and assist in the elaboration of the visual identity. Highlighting the concept of visual signs and image synthesis, in addition to the methodology elaborated by Bernd Löbach, this work aims to communicate values, emotions and multiple meanings caused by the film *Fora da Caixa*. The communication will be carried out through graphic pieces that will introduce, contemplate and disseminate, in a rich and unique way, the experience between childhood and creativity over time.

Keywords: Graphic design. Visual identity. Cinema. Short film.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
2. MATERIAIS E MÉTODOS.....	8
2.1 Bases do conhecimento	9
2.1.1 <i>Os princípios de semiótica e síntese em Design</i>	<i>9</i>
2.1.2 <i>A construção da marca cinematográfica</i>	<i>9</i>
2.2 Metodologia do projeto de design	10
2.2.1 <i>Aplicação da metodologia</i>	<i>11</i>
3. DESENVOLVIMENTO	11
3.1 Preparação - análise do problema	11
3.1.1 <i>Proposta do curta-metragem Fora da Caixa</i>	<i>11</i>
3.1.2 <i>Busca de referências</i>	<i>12</i>
3.1.3 <i>Necessidades projetuais.....</i>	<i>14</i>
3.2 Geração de alternativas para o problema	15
3.2.1 <i>Concepção</i>	<i>15</i>
3.2.2 <i>Geração de alternativas.....</i>	<i>16</i>
3.3 Avaliação das alternativas do problema.....	18
3.4 Realização.....	20
3.4.1 <i>Cartaz</i>	<i>20</i>
3.4.2 <i>Gift set.....</i>	<i>23</i>
4. CONCLUSÕES.....	24
REFERÊNCIAS.....	25

1. INTRODUÇÃO

O design tem a capacidade de humanizar e traduzir concepções complexas em produtos esteticamente notáveis e acessíveis a todos. Esse conceito vai além da aparência, porque conecta históricos na tentativa de encontrar um ponto comum. Assim, o design procura maneiras de apresentar, visualmente, esse universo unificado, de modo que ele possa ser compreendido por todos os seus públicos no mesmo instante (ROSSI, 2017).

Se tratando da indústria cinematográfica, muitas vezes a comunicação visual vem associada ao desejo de experiências emocionais. Nos últimos anos, o setor passou por grandes mudanças nas formas de divulgação, principalmente com a oferta de serviços de *streaming*. Dessa forma, os cartazes de filmes passaram a ser ainda mais valorizados, pois exercem uma função importante na identificação e seleção dos títulos (NOGUEIRA, 2018).

Portanto, pensando no forte papel do design gráfico na área audiovisual e sua influência direta na era digital e na evolução do entretenimento, o objetivo deste Trabalho de Conclusão de Curso é desenvolver uma identidade visual para o curta-metragem *Fora da Caixa*, por meio da análise de tendências de mercado e proposição de imagens síntese que irão comunicar valores, sentimentos e múltiplas significações através de peças gráficas. O filme em questão é uma ficção em formato digital, uma produção do Instituto de Artes e Design (IAD), da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), que explora a intertextualidade da animação dentro das produções audiovisuais, contando a história de Elisa e a sua relação com a criatividade com o passar do tempo, sendo ela personificada em um amigo de infância chamado Felipe.

A proposta aqui será criar uma identidade visual não convencional, explorando o desenvolvimento de imagens de síntese em que os elementos e as configurações habituais e principais de uma identidade corporativa sejam secundários. Em um projeto de design, a síntese é o processo de agrupar elementos variados de maneira concisa, com o intuito de gerar uma composição descritiva e abreviada do que se deseja comunicar. Assim, será criado um universo criativo que unirá elementos distintos, como fotos dos personagens e desenhos na temática de galáxia, planetas e estrelas, em composições com logotipo e símbolo gráfico, tipografia, paleta de cores e material promocional de divulgação, trazendo uma série de reflexões ao espectador. Dentre elas, é possível citar como as crianças possuem um vasto mundo criativo, recheado de experimentações, vivacidade e entusiasmo.

O tema abordado neste projeto torna-se relevante ao destacar a influência direta da era digital no design gráfico e na evolução do entretenimento. Além disso, a mesma investigação possibilita a compreensão e o estudo de elementos da identidade visual e o impacto cultural que essas composições trazem para o mercado nacional e mundial, complementando, assim, o aprendizado acerca da semiótica do design incorporado ao cinema. Também é válido ressaltar que, com o crescimento das redes sociais e o forte número de festivais e mostras de cinema brasileiro existentes, um bom empenho na construção das composições gráficas e campanhas de divulgação são essenciais para potencializar o sucesso dos filmes.

Portanto, este trabalho é importante por proporcionar a interdisciplinaridade entre design, cinema e artes visuais, além de beneficiar estudantes e profissionais da área das artes, principalmente do design gráfico e do cinema, de maneira que o tema em questão realça a magnitude das composições gráficas para um bom potencial de divulgação das marcas cinematográficas.

2. MATERIAIS E MÉTODOS

O presente projeto classifica-se como exploratório, pois tem como base a construção de hipóteses e geração de alternativas a partir de um *briefing* previamente preenchido e estudado. Se tratando de procedimentos técnicos, optou-se por utilizar uma pesquisa bibliográfica para análise de referências que servirão de inspiração no desenvolvimento da identidade visual para o curta-metragem.

No que se refere ao desenvolvimento, esta pesquisa privilegia a Metodologia de Bernd Löbach, que organiza as etapas que serão efetuadas ao longo do desenvolvimento do processo, contemplando análise do problema, criação de alternativas e solução dos problemas encontrados.

2.1 Bases do conhecimento

2.1.1 Os princípios de semiótica e síntese em Design

Inicialmente, é necessário compreender o conceito de semiótica do design e, principalmente, o que é um signo. Morris (1976) afirma que a ciência e os signos estão completamente ligados. A mente humana não pode separar-se do funcionamento de signos e, por isso, a civilização depende dos signos e de seus sistemas. Portanto, um signo é qualquer coisa que pode apresentar um sentido. Se tratando do uso do signo visual no design gráfico, Niemeyer (2009) comenta que o design é peça chave em uma comunicação eficiente, pois um produto é resultado e expressão de um cenário político, econômico, social e cultural. Desse modo, o signo visual é de extrema importância em uma peça gráfica, já que para que o produto tenha sucesso, é preciso levar em conta o Interpretador, isto é, usuários, consumidores ou espectadores daquele produto. Por isso, o designer deve conhecer o máximo acerca do público consumidor de seu cliente, para que possa passar uma mensagem bem clara, já que ela vai fazer o Interpretador tomar uma decisão. Logo, os signos que serão empregados precisam ser reconhecíveis, de forma que, quando os elementos passarem pelo processo perceptivo do Interpretador, tenham uma repercussão consistente e efetiva com os objetivos do gerador.

A concepção de imagem de síntese agrupa elementos variados de maneira concisa, com o intuito de gerar uma composição descritiva e abreviada do que se deseja comunicar. De acordo com Sande (2016), “em um projeto de design, a síntese é a resposta gerada segundo a combinação de diversas tomadas de decisão em coerência com objetivos definidos”. Assim, a síntese se torna um processo presente em inúmeras metodologias de projeto no campo do design.

2.1.2 A construção da marca cinematográfica

O design gráfico procura maneiras de apresentar, visualmente, um universo unificado, de modo que ele possa ser compreendido por todos os seus públicos no mesmo instante (ROSSI, 2017). Com o desenvolvimento das técnicas gráficas e imagísticas, surge, então, uma série de efeitos extraordinários que acabaram viabilizando a produção de um discurso iconizado, que acaba por percorrer diversos campos semióticos, resultantes das mídias e da vasta iconografia estética existente nas mensagens de publicidades, embalagens, cartazes e

outdoors. É nesse cenário que os meios de comunicação começam a incorporar novos tempos e espaços de expressão (GUIMARÃES, 2010).

No mercado cinematográfico, a comunicação visual vem associada às experiências emocionais. Vogelmann, Kirinus e Mafalda (2014) alegam que, assim como as empresas, os filmes também são marcas, pois são divulgados por meio de estratégias de marketing e publicidade e também são passíveis de licenciamento e geração de valor. Segundo os autores: “Filmes, então, são marcas cinematográficas, que possuem, comunicam, afirmam identidades” (VOGELMANN, KIRINUS E MAFALDA, 2014, p. 3). Portanto, o cartaz de um filme forma um sistema de identidade visual da produção, e essa identidade marca o filme e acaba sendo reutilizada em outros materiais promocionais.

2.2 Metodologia do projeto de design

Para execução de um projeto de design é necessário, em primeiro lugar, definir uma série de procedimentos que irão organizar e orientar as etapas projetuais apropriadas para a resolução de um determinado problema, para que o melhor resultado seja atingido. Portanto, definir uma metodologia permite que o designer estabeleça caminhos para o desenvolvimento de um projeto, ajudando-o a atingir seu objetivo de forma mais eficiente e coesa.

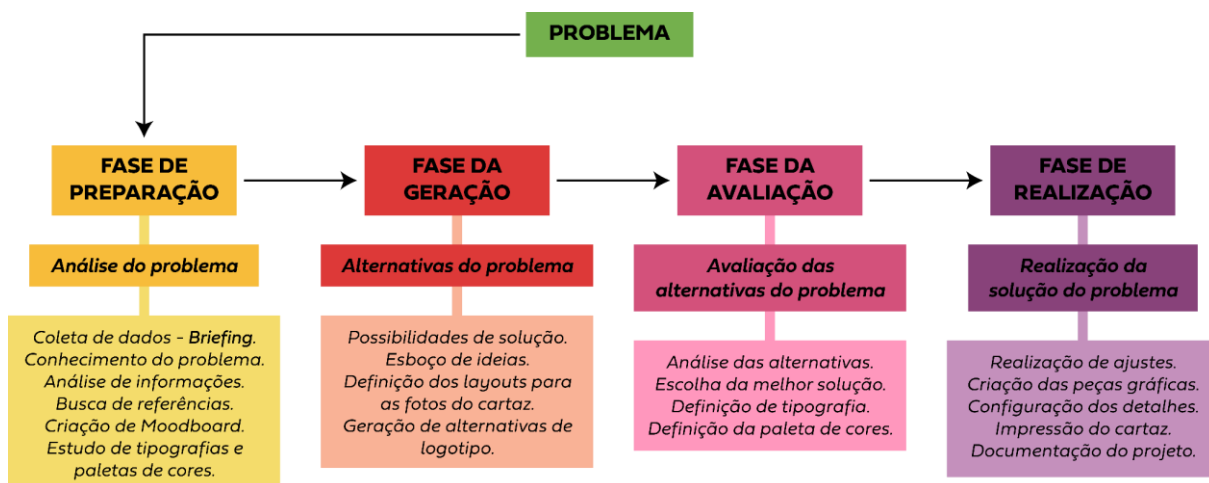
Uma vez considerados estes aspectos, para o desenvolvimento deste Trabalho de Conclusão de Curso, optou-se pela metodologia de Bernd Löbach (2001). O método consiste em quatro fases: fase de preparação, geração, avaliação e realização. Estas, por sua vez, se subdividem em: análise do problema, alternativa do produto, avaliação das alternativas do problema, e realização da solução dos problemas.

É importante ressaltar que o autor afirma que, por mais que as etapas de execução sejam bem definidas, o designer deve liberar sua mente, explorando novas perspectivas para além das restrições das soluções formais. Em suas palavras: “A espontaneidade é uma das condições para a inventividade” (LÖBACH, 2001, p. 140).

2.2.1 Aplicação da metodologia

A partir do método citado no tópico anterior, estruturou-se um organograma que contempla, a partir do problema de projeto, as fases de preparação, geração, avaliação e realização, com seus respectivos desdobramentos (figura 1).

FIGURA 1: aplicação da metodologia - organograma.



Fonte: elaborada pela autora (2023).

3. DESENVOLVIMENTO

3.1 Preparação - análise do problema

3.1.1 Proposta do curta-metragem Fora da Caixa

Fora da Caixa é um curta-metragem de ficção em formato digital que explora a intertextualidade da animação dentro das produções audiovisuais. O projeto é um Trabalho de Conclusão de Curso da Universidade Federal de Juiz de Fora e traz a história de Elisa e sua relação com a criatividade com o passar do tempo, sendo ela personificada em um amigo de infância chamado Felipe. Retratando a visão da sociedade para o meio artístico, o filme traz a reflexão ao espectador sobre como, muitas vezes, as crianças são reprimidas durante todo o seu processo de formação.

O curta ganhou esse nome pelo significado da expressão “estar/pensar fora da caixa”, reflexo do contexto vivido pela personagem Elisa, que tem uma importante relação com a

criatividade ao longo de sua vida. Logo, a proposta do título é mostrar como isto pode ser seu diferencial.

Para dar início ao projeto, foi realizado um *briefing* com a roteirista e diretora, Giovana Padovani, que reuniu todas as ideias e conceitos pensados para a realização da identidade visual, cujo objetivo seria dar uma personalidade original para o curta, transmitindo sua mensagem principal e também trabalhando sua divulgação posteriormente em festivais e mostras, além das redes sociais.

Acredita-se que essa produção audiovisual possa trazer à tona, de forma leve e divertida, o fato de como a cultura e a arte são importantes para a sociedade e como não devemos reprimir a criatividade, principalmente em crianças. Além disso, a história colabora, inspira e incentiva o desenvolvimento de produções audiovisuais no país.

Com esses dados em mãos, se tratando da parte gráfica, o projeto tem como base o significado da história do filme e o universo lúdico e alegre das crianças, incluindo também a ideia literal do termo universo e seu poder de nos levar para outra dimensão. O filme fala sobre o ser criativo e, por isso, cores vibrantes e tipografias com aparência manuscrita entram como fatores cruciais de inventividade.

Assim, a originalidade da trama que é calcada na realidade, mas ao mesmo tempo fantasiosa ao propor certa indagação, possibilita a criação de uma obra audiovisual comovente e expressiva, com capacidade de cativar públicos de diferentes faixas etárias, abrangendo crianças, adolescentes, adultos e até idosos.

3.1.2 Busca de referências

O curta-metragem *Fora da Caixa* possui uma temática que explora o cinema de filmagem e o cinema de animação, ambos criados a partir de um universo desenvolvido através de uma perspectiva infantil e jovem. Desse modo, mesmo sendo protagonizado por uma criança, o filme retrata e explora seus sentimentos com seriedade, dando enfoque aos acontecimentos e suas reações aos episódios que ocorrem no decorrer da transição da Elisa Menina para a Elisa Mulher.

Para este filme, a diretora aponta a *Pixar* como referência, além das produções *Turma da Mônica: Lições* (2021) e *Wonder* (2017) considerados grandes influências ideológicas e visuais.

Assim, a partir dos dados coletados, desenvolveu-se um *moodboard* (painel de imagens) a fim de representar a essência do projeto.

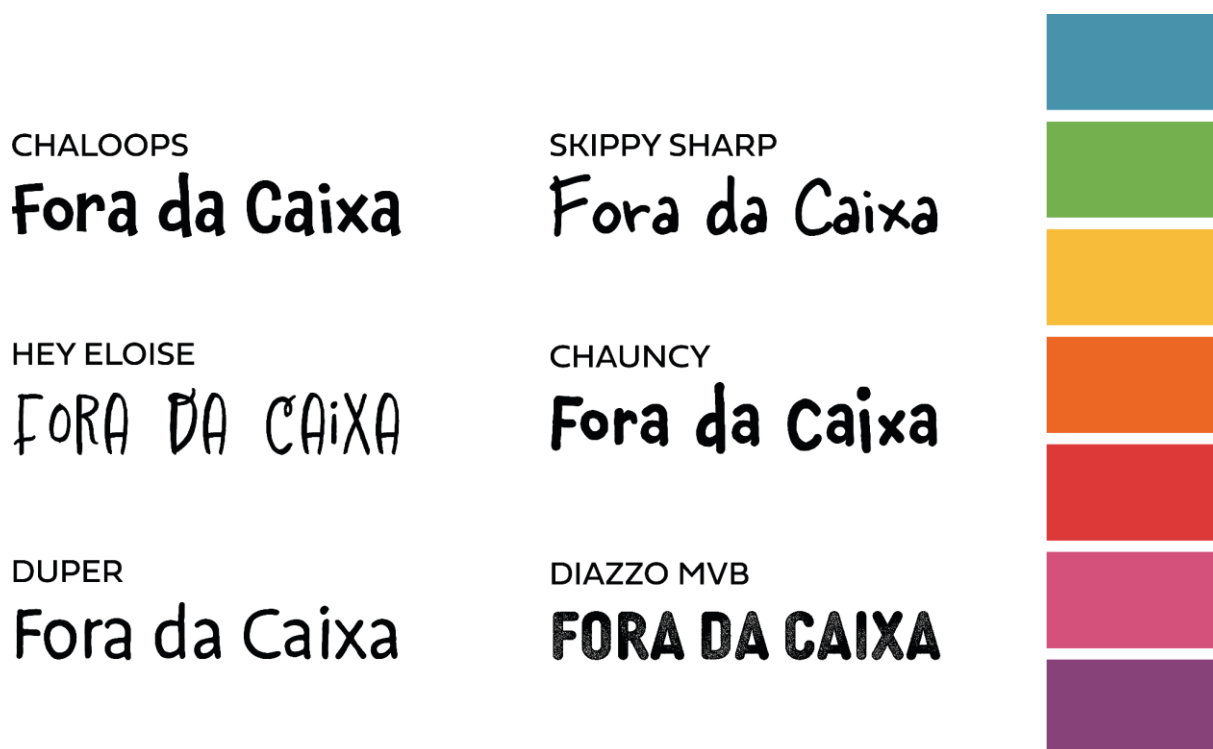
FIGURA 2: *moodboard*.



Fonte: elaborada pela autora (2023).

Para complementar a busca de referências, cores e fontes também foram estudadas, para que, uma vez selecionadas, transmitam a essência e a mensagem especial do projeto.

FIGURA 3: estudo de cores e fontes.



Fonte: elaborada pela autora (2023).

3.1.3 Necessidades projetuais

A realização do atual projeto contempla a criação da identidade visual do curta-metragem, bem como das peças gráficas necessárias para sua divulgação em festivais de cinema promovidos por todo o país. Deste modo, fica definido que o conjunto de produtos a serem elaborados será composto por:

- 3 cartazes distintos no formato A1;
- *Gift set* como peça complementar de divulgação, que inclui:
 - Ecobag;

- Cartela de adesivos;
- Bottons.

3.2 Geração de alternativas para o problema

3.2.1 Concepção

A história do *Fora da Caixa* se passa nos anos 2000, e apresenta a infância de Elisa vivenciada e explorada através de sua perspectiva. Dessa forma, o caráter inventivo do filme é transmitido através de cores alegres, principalmente da cor amarela, e elementos-chave para a construção da trama, sendo eles o diário de Elisa, o tênis customizado de Felipe e as ilustrações de planetas, estrelas e galáxias. A utilização das cores de forma evidente em todas as cenas do curta, que se passa em lugares rotineiros da vida da protagonista, transforma os sentimentos dos personagens em plano de fundo para a trama.

FIGURA 4: cenário e bastidores do filme *Fora da Caixa*.





Fonte: Chediak (2023).

Logo, a ambientação das cenas e a utilização das cores entra como ponto crucial nas peças, de forma que o espectador possa se conectar com cada personagem do filme e relembrar momentos de sua infância. Diante do exposto, fica definido que os elementos selecionados devem expressar, através de uma imagem de síntese direta e clara, a essência do curta-metragem, contemplando:

- Ilustrações de planetas, estrelas e galáxias;
- Cores alegres e vibrantes;
- Cenários do filme e elementos importantes para a narrativa - como o diário de Elisa, o tênis customizado de Felipe, caixas, entre outros.

3.2.2 Geração de alternativas

Tendo como base as referências coletadas, análises feitas e conceitos definidos, deu-se início à geração de alternativas.

Com as gravações do filme em curso, o primeiro passo prático do projeto se deu a partir da definição dos layouts para as fotografias que seriam utilizadas na confecção dos cartazes, de maneira que elas pudessem compor, juntamente com os demais elementos acrescentados posteriormente, uma imagem de síntese que transmitisse a essência do curta.

FIGURA 5: imagens de divulgação do curta-metragem *Fora da Caixa*.



Fonte: Chediak (2023).

Outro ponto importante para compor e destacar a identidade visual do curta-metragem foram as ilustrações da artista Vanessa Carvalho, desenvolvidas exclusivamente para as partes animadas do filme. Na história, elas representam todo o universo criativo e a nova dimensão vivenciados pelas brincadeiras de Felipe e Elisa.

FIGURA 6: ilustrações para o curta-metragem *Fora da Caixa*.



Fonte: Carvalho (2023).

Para o título do filme, o intuito foi desenvolver um logotipo que transmitisse, principalmente, o lúdico e o criativo, unindo uma tipografia divertida e com aspecto infantil, para remeter a infância de Elisa, o contexto majoritário da trama. Além disso, houve uma tentativa de associar ao símbolo escrito, as ilustrações de planetas e estrelas, fazendo referência ao universo criado pela criatividade da protagonista. Assim, a partir das tipografias previamente estudadas e selecionadas, e ilustrações utilizadas na edição da produção audiovisual, chegou-se nas seguintes alternativas:

FIGURA 7: alternativas de logotipo para o curta-metragem *Fora da Caixa*.



Fonte: elaborada pela autora (2023).

3.3 Avaliação das alternativas do problema

Para o título do filme, chegou-se à conclusão de que o logotipo que mais se destaca e cumpre o papel pré-estipulado no *briefing* é aquele que une diferentes letras com estilos de fontes diferentes (figura 7), pois além de chamar a atenção de crianças e adultos, sua configuração divertida e única remete diretamente ao criativo e à mensagem “pensar fora da caixa”, devido sua estética inusual de misturar tipografias. Além disso, por chamar a atenção

por meio das diversas tipografias e não pelas ilustrações em destaque, como ocorre nas demais alternativas, em meio à composição do cartaz, ele se destaca na medida certa, não brigando nem poluindo a imagem visualmente.

FIGURA 8: logotipo - *Fora da Caixa*.



Fonte: elaborada pela autora (2023).

Já para a tipografia da identidade visual, que estará presente tanto nas peças gráficas quanto nos créditos do filme, foi escolhida a fonte *Hey Eloise* (figura 8), que passa o ideal simbólico de uma letra desenhada por uma criança, como se tivesse sido feita pelos próprios personagens. Outro ponto importante para essa escolha é sua configuração em caixa alta, que facilita a leitura e legibilidade, sendo acessível para variadas faixas etárias espectadoras do filme. Esta família tipográfica é encontrada e disponibilizada exclusivamente pela *Adobe Fonts*.

FIGURA 9: *Hey Eloise* - família tipográfica.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

HEY ELOISE | FAMÍLIA TIPOGRÁFICA

Fonte: Kluge (2023).

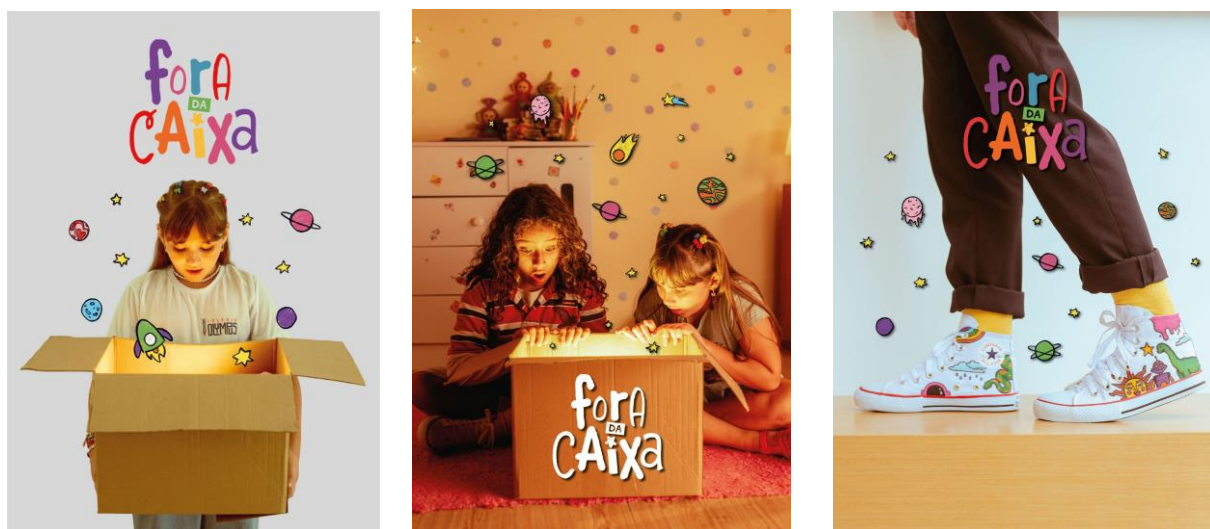
3.4 Realização

Como foi dito anteriormente, o conceito principal para a elaboração da identidade visual do filme *Fora da Caixa* foi a imagem de síntese. A partir daí, ficou estabelecido que, pelo filme apresentar por várias vezes a ambientação de um universo criativo e colorido, ilustrações e um lado mais infantil seriam características fortes nas artes. Essa maneira simbólica de retratar a trama é, também, o modo encontrado pela autora deste trabalho de reforçar a sensação de viver a criatividade e suas infinitas possibilidades de pensar fora da caixa.

3.4.1 Cartaz

O cartaz é a peça-chave da identidade visual de um filme. Trata-se de uma arte que fica exposta em locais de grande circulação e, portanto, deve causar impacto. O desenvolvimento do design do cartaz principal teve como objetivo unir todos os componentes essenciais da trama em uma única imagem de síntese que transmitisse o contexto vivido por Elisa. A montagem a seguir apresenta de modo breve parte do processo de criação de alternativas até a concepção do layout e escolha do cartaz final.

FIGURA 10: alternativas de layouts para o cartaz principal do curta-metragem *Fora da Caixa*.



Fonte: elaborada pela autora (2023).

Após avaliação das alternativas, ficou definido que, se tratando da fotografia, a imagem selecionada para o cartaz principal é a que contempla a personagem Elisa, olhando entusiasmada para uma caixa, sentada no chão de seu quarto. A escolha foi feita a partir do entendimento que a foto em questão passa a essência exata da trama, indagando, ambientando e introduzindo a história ao observador.

Uma vez definida a imagem base para a peça gráfica, partiu-se para a aplicação dos demais elementos, como ficha técnica do elenco e equipe e logos das instituições incentivadoras do projeto. Além disso, foram feitos testes de aplicação do logo, para que a melhor solução se destacasse na medida certa.

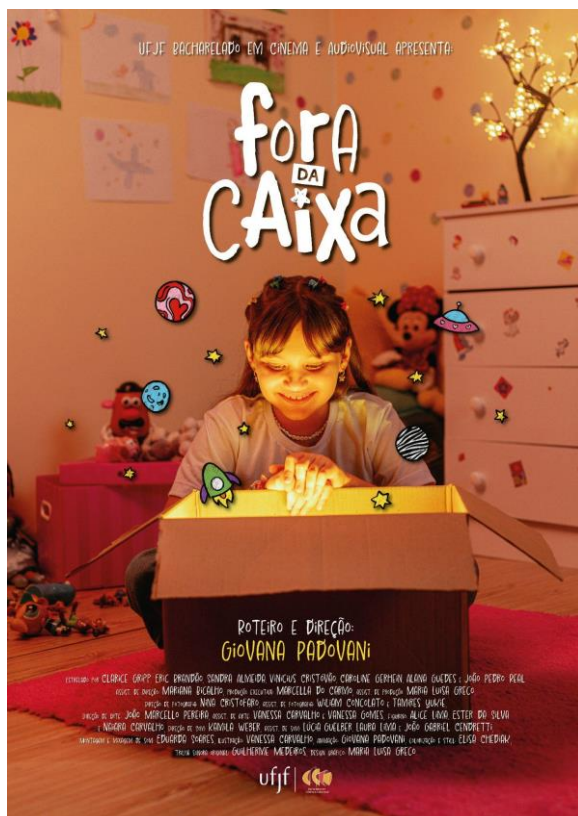
FIGURA 11: teste de aplicação do logotipo no cartaz principal do curta-metragem *Fora da Caixa*.



Fonte: elaborada pela autora (2023).

Após análise, o layout definido para o cartaz principal do filme foi o que contempla o logotipo na cor branca. A escolha definida parte do conceito de que, apesar das outras aplicações também funcionarem, a aplicação da marca em branco chama mais a atenção, se destacando do ambiente de fundo e deixando que a cor amarela se sobressaia em outros pontos-chave da imagem.

FIGURA 12: cartaz principal do filme *Fora da Caixa*.



Fonte: elaborada pela autora (2023).

Ao centro, é possível ver a protagonista abrindo uma caixa em seu quarto. Todo o ambiente é bem colorido, o que o expõe a estética explorada pela direção de arte do filme. Dentro da caixa, é possível perceber uma luz amarela e saindo dela estão as ilustrações de planetas, estrelas, foguetes e naves espaciais, evocando o universo criativo da personagem, debatido pelo curta-metragem. O layout também inclui, fora o logotipo definido, as marcas das instituições incentivadoras do projeto. O formato escolhido para o cartaz foi o A1.

Além do cartaz principal, foi solicitado a criação de mais dois cartazes que farão parte da divulgação da produção audiovisual em eventos e festivais de cinema. Eles também seguem a mesma ideia de imagem de síntese anterior, entretanto não apresentam a ficha técnica com o nome do elenco e da equipe do filme.

FIGURA 13: cartazes extras do filme *Fora da Caixa*.



Fonte: elaborada pela autora (2023).

3.4.2 Gift set

Desenvolvido com o propósito de complementar a divulgação do curta-metragem *Fora da Caixa*, o kit composto por ecobag, cartela de adesivos e bottom contemplará os apoiadores do projeto que doaram quantias para ajudar com os custos da produção. Este material será entregue para que esses apoiadores possam se conectar ainda mais com a trama, além dos limites da tela do cinema, estimulando, dessa forma, a mensagem do filme e seus aspectos emocionais.

FIGURA 14: Gift set do filme *Fora da Caixa* (ecobag, cartela de adesivos e bottom).



Fonte: elaborada pela autora (2023).

4. CONCLUSÕES

Após a realização deste Trabalho de Conclusão de Curso, entende-se que o projeto em questão cumpre sua proposta de união do design e cinema, a partir da utilização de aspectos e conceitos funcionais e simbólicos de ambas as áreas. Com o objetivo de desenvolver uma identidade visual pautada na criação de imagens de síntese, procurou-se utilizar elementos da semiótica do design aliados à marca cinematográfica. Esta escolha foi fundamental no processo de estudo e levantamento das referências gráficas.

É válido destacar também que o planejamento e a organização das etapas de trabalho, construídas com base na metodologia de Bernd Löbach (2001), foram essenciais para a execução e entendimento das fases e fatores envolvidos no decorrer do projeto. Além disso, o embasamento teórico se mostrou de grande valia em relação à fundamentação dos estudos

e dos processos. Entretanto, também é importante destacar aqui o papel relevante e inventivo do designer, que por meio de sua percepção, experiência e interpretação das ideias e indicações do diretor é capaz de propor estratégias de grande valia e contribuição, contemplando uma identidade visual rica e singular.

Assim, por meio das técnicas de design previamente definidas, o projeto alcançou seu objetivo de dar ao filme *Fora da Caixa* uma identidade única, valorizando as discussões propostas pela produção cinematográfica. As peças gráficas desenvolvidas ampliam a possibilidade de compreensão dos temas explorados pelo filme, entre eles como é importante que as crianças aflorem seu lado criativo durante seu processo de formação como ser humano. Logo, a interação entre a designer e a diretora da obra foi de extrema relevância para que as ideias pudessem sair do papel. Como produto final, além de divulgarem o curta-metragem, as peças gráficas são capazes de conectar o público com a trama e seus personagens, utilizando elementos que atravessam todo o filme, definidos pela própria diretora como fundamentais na aproximação do espectador com a história de Elisa.

Portanto, a realização deste trabalho destaca a importância do design na criação de um sistema de identidade de uma obra cinematográfica. Dessa maneira, ao se aplicar as metodologias da área, é perceptível que, a partir do encontro das partes teóricas e práticas, com a essência da trama de *Fora da Caixa* e a licença poética de interpretação da designer, o conceito da identidade visual atingiu o objetivo de disponibilizar uma divulgação eficaz do curta-metragem, contribuindo, assim, para a valorização da marca e da produção audiovisual, aumentando o entendimento do público com a história apresentada.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, Vanessa. **Ilustrações para o curta-metragem *Fora da Caixa***. 2023.

CHEDIAK, Elisa. **Bastidores do curta-metragem *Fora da Caixa***. 2023.

GUIMARÃES, Denise Azevedo Duarte. Cinema em cartazes: um passeio pelo percurso da escrita verbovisual. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 7, n. 20, p. 275-298, nov. 2010.

KLUGE, Crystal. Hey Eloise. **Adobe Fonts**, 2023. Disponível em: <https://fonts.adobe.com/fonts/hey-eloise#details-section+hey-eloise-regular>. Acesso em: 04 de jun. de 2023.

LÖBACH, Bernd. **Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais**. São Paulo: Editora Edgar Blücher Ltda, 2001.

MORRIS, Charles W. **Fundamentos da teoria dos signos**. São Paulo: Edusp, 1976.

NIEMEYER, Lucy. **Elementos da semiótica aplicados ao design**. Rio de Janeiro: 2AB, 2009.

NOGUEIRA, Kennyo Alex. Estudo de respostas emocionais às cores no contexto de cartazes de cinema. **Design e Tecnologia**, v. 8, n. 15, p. 1-11, 30 jun. 2018.

ROSSI, Carolina Silva. O papel da identidade visual e do design na comunicação com empregados. In: MANSI, Viviane; CARRAMENHA, Bruno; PAULA, Mônica (Orgs.). **Comunicação com Líderes e Empregados**. São Paulo: Faculdade Cásper Líbero, p. 134-138, 2007.

SANDE, Axel Hermann. **Projetos de design na habilitação em Mídia Digital da PUC-Rio: critérios de avaliação fundamentados nos conceitos de síntese projetual, linguagem da forma e experiência do usuário**. 2016. 244f. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Design, Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

TURMA da Mônica: Lições. Direção de Daniel Rezende. São Paulo: Maurício de Sousa Produções, 2021. (90 min.).

VAZ, Gisele Martins; CORREIA, Melina Silva. **Coração azul: o design gráfico aplicado na concepção da identidade visual de um curta-metragem**. 2014. 112 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Curso de Tecnologia em Design Gráfico, Departamento Acadêmico de Desenho Industrial, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2014.

VOGELMANN, Lucas Graebin; KIRINUS, Gabriela Giehl; MAFALDA, Alan da Cruz. De Star Wars a Indiana Jones: a construção da marca cinematográfica através dos cartazes de filmes de George Lucas. In: COUTINHO, Solange G.; MOURA, Monica; CAMPELLO, Silvio Barreto; CADENA, Renata A.; ALMEIDA, Swanne (orgs.). **Proceedings of the 6th Information Design International Conference, 5th InfoDesign, 6th CONGIC**. São Paulo: Blucher, 2014.

WONDER. Direção de Stephen Chbosky. Canadá: Lionsgate, 2017. (113 min.).