

Teatro na mídia - A criação publicitária voltada para o PINEL, Núcleo de Pesquisa e Experimentação Teatral

Mayara Emanuelli Silveira do CARMO¹
Paulo Matias de FIGUEIREDO JÚNIOR²

Resumo

A comunicação é indispensável para o compartilhamento de ideias e conhecimentos. Nesta categoria se enquadram as mais variadas formas de linguagem, como a publicidade, a fotografia e o teatro. Nessa perspectiva o PINEL e sua recente montagem se tornaram objeto de estudo de pesquisa em arte, na qual foi desenvolvido um projeto publicitário a fim de promovê-los no mercado artístico-cultural.

Palavras-chave: Publicidade artística. Fotografia de espetáculos. Teatro.

Introdução

Comunicar é uma das mais variadas formas de linguagem. O homem desde os primórdios utilizava os gestos, alguns sons e/ou imagens para promover o processo de comunicação.

Com a evolução do mundo e a metamorfose do homem, mecanismos e processos foram criados para facilitar e desenvolver a troca de informações. Um dos campos que se adequam a esta realidade é a publicidade.

Objetivando criar ou promover um produto/ideia, a publicidade impulsionou a comunicação através de várias formas de linguagem, por exemplo, a visual. A imagem consegue por si só dizer muitas coisas e é nesse princípio que os publicitários produzem seus projetos. Mas para a imagem existir é primordial a presença de outro profissional, neste caso o fotógrafo, que é responsável por dar vida à teoria e a proposta em questão.

A publicidade não abarca somente o lado comercial. Hoje, artistas e grupos das mais variadas linhagens artísticas necessitam promover e divulgar o seu trabalho. Para

¹ Graduanda do Curso de Arte e Mídia da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG). Bolsista CNPq de Graduação Sanduíche, Programa Ciência sem Fronteiras – UTL/FMH – Lisboa, Portugal. E-mail silveira.mayara@ymail.com

² Professor Mestre do Curso de Arte e Mídia da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG). E-mail: paulomfjr@hotmail.com.

isso esse nicho recorre aos recursos trazidos pela publicidade para que o mercado cultural possa apreciar e comprar a sua proposta.

Este trabalho é fruto de um Projeto que abrange pesquisa no âmbito da publicidade, do teatro e da fotografia, proporcionando desta forma um embasamento teórico para o desenvolvimento do produto final. O Projeto abrange o processo de trabalho e o espetáculo do PINEL utilizando a fotografia, fazendo uso não só da arte fotográfica, mas contemplando a publicidade, objetivando promover o trabalho do grupo em questão.

Publicidade de artistas e o Teatro na mídia

Publicidade e comunicação

Os publicitários têm desenvolvido um papel fundamental para a promoção e divulgação de produtos, mídias e outros artefatos de interesse do público na sociedade. Criada a partir de interesses coletivos seja de uma entidade pública ou privada, a publicidade resulta na construção prática de uma ideia que tem como objetivo o consumo e a aceitação da sua proposta. Pinho apud Santos Filho traz uma perspectiva de como a propaganda pode ser conceituada:

Técnica ou atividade de comunicação de natureza persuasiva [...] tem o propósito básico de influenciar o comportamento das pessoas por meio da criação, mudança ou reforço de imagens e atitudes mentais, estando presentes em todos setores da vida moderna. (2010, p.2)

Para tanto esta área faz uso de vários meios comunicacionais de forma que a ideia proposta seja desenvolvida a fim de atingir o público específico. Utilizando impressos, vídeos, intervenções urbanas, mídias virtuais e tudo que a criação permitir, o universo publicitário agrega os valores estéticos e ideológicos da sua ideia/produto direcionada para o seu consumidor.

No século XXI, o aumento populacional, a valorização de mercado, o surgimento de novas mídias e tantos outros fatores contribuem de forma significativa para o crescimento da publicidade em todos as áreas. A necessidade de se mostrar

diante de um mercado é comum a todos que compartilham do ideal de comércio, venda e promoção. Santos Filho afirma que:

[...]A publicidade tem a capacidade de ser rica em sentido, por esta característica de apropriação. As redes semânticas identificadas em públicos, até os mais segmentados, são vastas, possibilitando assim a criação que se apóie em qualquer estrutura conceitual estabelecida.[...]
(idem, p.14-15)

Para chegar até o consumidor/espectador, a proposta passa por um processo de criação que abrange a estética, a técnica e a sua execução. Não é de qualquer forma que se transmite um pensamento para um determinado público. É necessário pesquisa exaustiva para a elaboração de um projeto publicitário, pois se não for bem executado ao invés de motivar a promoção de uma marca ela pode destruí-la. De acordo com Suzano Junior e Amorim:

Tornar pública uma mensagem é seguir uma linha de evolução dos meios de comunicação que são cada vez mais eficientes e dinâmicos. A efemeridade da contemporaneidade e a rapidez com que as informações são transmitidas fazem da publicidade um meio complexo, mas efetivo. (2010, p.4)

É importante ressaltar que a publicidade não está atrelada apenas ao comércio entendido de forma popular - aquele que se refere às lojas de departamento, mas sim à qualquer segmento que necessite de sua intervenção para ganhar mercado. A arte, por exemplo, não está distante desta realidade; o número de artistas, grupos e expressões vem se multiplicando cada vez mais e a necessidade de mostrar um trabalho, projeto ou qualquer manifestação artística se torna praticamente um dever.

A publicidade no universo artístico

A arte tornou-se não só uma forma de status social ou hobby, mas uma profissão. Artistas vêm desempenhando um papel fundamental na formação cultural e intelectual de espectadores em todo o mundo, mas por quê eles são vistos, ouvidos e apreciados?

Talento e trabalho podem responder este questionamento, mas existe outro elo que comanda a expansão de horizontes - a publicidade que neste caso pode ser transmitida através de vários meios para a promoção e divulgação de um artista.

No Brasil, vários grupos artísticos desenvolvem de forma profissional ou não a divulgação dos seus trabalhos, em uma pesquisa feita na internet é possível encontrar que as mídias virtuais são as mais contempladas, desde as famosas redes sociais, até a criação de sites e blogs.



Fig.1: Livro do Lume Fig.2: Calendário (capa) do Lume Fig.3: Site do Lume (SP)

Fonte – Figs 1,2 e 3: <http://www.lumeteatro.com.br/diariodebordo.php>

O grupo de teatro Lume, por exemplo, utiliza dessa tecnologia, para promover o seu trabalho que vem sendo desenvolvido há mais de 20 anos. Além de utilizar a internet como ponte de comunicação, o mesmo utiliza material impresso: folders, cartazes, folhetos, calendário e a publicação de Livros sobre técnicas para atores e processos de trabalho desenvolvidos pelo grupo.

O site do Lume é um portal onde o leitor pode ter acesso a tudo que se refere ao seu trabalho: história, espetáculos, processos, publicações, diários, cursos, pesquisa, projetos, agenda, meios de contato e outros.

Assim como o Lume, outros grupos e artistas buscam promover os seus projetos, buscando muitas vezes ideias criativas, de baixo custo e com uma expansão considerável. É importante ressaltar que nem sempre as companhias são detentoras de um trabalho de qualidade excepcional, mas ainda assim conseguem atingir um número de espectadores extraordinário, neste caso, pode-se afirmar que a publicidade conseguiu o seu objetivo: vender. De acordo com Santos Filho:

[...] o publicitário necessita conhecer os princípios da comunicação, relações psicológicas do consumidor, limitações técnicas e referências das mais variadas espécies, e é desta carga cultural que se origina a linguagem publicitária. O anúncio de maior efeito é aquele que

contém a ideia mais forte, em que suas referências vão além de uma representação visual fiel de algum movimento passado, vão além de um texto bem escrito: é preciso fundamento, clareza, criatividade e precisão. É necessário saber usar as linguagens universais e históricas nesta linguagem que se origina com a prática publicitária. (2010, p.3)

Hoje a maiorias dos artistas procuram estabelecer uma imagem agradável da promoção de seus projetos, para isso investem em qualidade no material de divulgação: fotografia, site, impressos de pequenos e grandes formatos, e outras mídias.

Com o passar do tempo, o espectador/público vai se tornando mais crítico e não aceita qualquer coisa, por isso os materiais publicitários precisam fazer uso de ferramentas de boa qualidade para conquistar o seu consumidor.

Tendo em vista a necessidade de promover um trabalho artístico na mídia, propõe-se com este, um Projeto publicitário para o PINEL – Núcleo de Pesquisa e Experimentação Teatral, que surgiu em 2010 na cidade de Campina Grande com o propósito de investigar e experimentar novas possibilidades para a cena teatral da região.

Entender o processo de construção artística do PINEL é preciso, sobretudo, conhecer como a linguagem teatral se portou durante o tempo, as escolas, os estilos e as técnicas empregadas por pesquisadores, teatrólogos, dramaturgos ou simplesmente pessoas comuns que viviam o teatro e tinham perspectivas de transformar essa arte cada vez mais.

Teatro – dos primórdios à atualidade

Teatro e história

O teatro é uma das manifestações artísticas mais antigas do mundo, a sua palavra é derivada do latim theatrum, esta, por sua vez, do grego théatron, que significa “lugar de onde se vê”. Tendo como principal função o comunicar, em sua origem, os homens utilizavam linguagens corporais para se relacionar com outros indivíduos, como não existia a palavra propriamente dita, o corpo era a ferramenta essencial para que os mais velhos de uma tribo, por exemplo, pudessem passar o conhecimento ou contar histórias para os mais novos.

Dessa forma o teatro foi surgindo e como outras manifestações, ganhou o mundo. Passando por diversas modificações ao longo do tempo, adquiriu linguagens, treinamentos e estéticas distintas, mas em todo e qualquer lugar, esta arte foi e é caracterizada como a arte do ator – a arte de interpretar.

Na sua passagem pelo tempo, o teatro repaginou a história de formas diferentes em cada lugar. Na Grécia, os rituais eram realizados durante as festas em homenagem ao deus Dionísio, tendo como proposta dramática, a transformação do sagrado no profano representando o deus cultuado no local.

Com a ingressão do cristianismo, o teatro foi extenuado, por ser considerado pagão. Entretanto, na era medieval, por incentivo da própria igreja, o teatro renasceu através de encenações que tinham como tema a vida Cristo. Um período mais tarde, os artistas queriam ganhar as ruas novamente, e isso resultou no declínio da estética medieval, surgindo assim, o teatro renascentista denominado Commedia Dell'Arte - gênero italiano baseado na improvisação, no uso de máscaras e personagens estereotipados.

O século XVIII foi marcado pelo teatro naturalista que trouxe como principal objetivo manter uma ligação mais próxima com a realidade seja em relação aos objetos de cena ou aos atores. Em contrapartida, no final do século XIX, o expressionismo baseava-se no exagero e na desfiguração dos sentimentos. Anos mais tarde, surgiu o teatro Futurista que tinha como proposta a liberdade de criação envolvendo de forma participativa os espectadores em seus espetáculos.

O teatro Dadaísta resgata uma estética muito utilizada na antiguidade: o uso de máscaras e linguagens que lembram a ideia de ritual. O Surrealismo propõe um pensamento irracional, as performances remontam a mesma estética do Dadaísmo. Com a quebra do teatro tradicional – todas as linguagens desenvolvidas antes do século XX, surgiu o teatro Moderno que buscava dar mais veracidade às situações em cena; com personagens que tinham características e perfis próximos ao do espectador. Este gênero trouxe uma fusão do tradicionalismo com o modernismo, uma vez que, não existia um padrão nas encenações.

Em todos os lugares o teatro emergiu de forma diferenciada, abriu portas para atores, diretores, dramaturgos e tantos outros nomes que fizeram e fazem história. Esta

arte não se limita apenas a alguns trechos históricos sobre gêneros e estéticas. É preciso além de tudo isso, entender qual a sua base e a sua essência.

O texto em cena

É possível chegar à essência do teatro por eliminação dos elementos que o compõe: sem palco, fazendo espetáculo ao ar livre; sem iluminação artificial, utilizando a natureza que faz perfeitamente este papel; sem música, pois ela nunca foi essencial, é útil, mas não indispensável; sem texto fixo, porque as falas podem ser improvisadas; sem diretor, pois o ator pode se auto-dirigir. Porém sem ator e sem espectador, não existe teatro (KUSNET, 1985). Brook afirma que:

O olhar do público é o primeiro elemento que nos ajuda. Quando sentimos esse escrutínio como uma expectativa autêntica, exigindo a todo momento que nada seja gratuito, que não haja desleixo e sim precisão, compreendemos finalmente que o público não tem uma função passiva. Não precisa intervir nem manifestar-se para participar: participa constantemente por meio de sua presença atenta. Esta presença deve ser encarada como um estimulante desafio, como um ímã diante do qual não é possível proceder "de qualquer jeito". Em teatro, "de qualquer jeito" é o maior e mais sutil inimigo. (2005, p.13-14)

O espectador é um ponto extremamente importante dentro do teatro assim como o ator, mas para existir é preciso também que algo seja contado ou passado para o público – através de um texto. Magaldi afirma que “[...]é preciso que o ator interprete um texto para o público [...] o teatro existe quando o público vê e ouve o ator interpretar um texto.” (1985, p.8). E Segundo Guinsburg “Com relação à definição de texto, é importante não encará-lo num sentido muito estrito e tradicional [...]” (2007, p.13).

A referência de texto pode ser completamente modificada. O teatro, hoje, em algumas linguagens, dispensa o texto dramático, o papel, as falas decoradas, e parte para uma nova forma de compor e construir uma cena teatral. Tudo pode se tornar um texto - uma bula, uma receita, um conto e tantas outras formas (gestos e linguagens corporais, que vão além do texto dramaturgico). De acordo com Rosenfeld:

A peça teatral, considerada literatura, é um dos elementos mais importantes do teatro; todavia, não o constitui, não lhe é condição

indispensável. O fenômeno fundamental do teatro é a metamorfose, o mimus, nada de literário, portanto. Há formas de teatro – que não se apoiam em textos fixos e há teatro que nem sequer recorre à palavra. (1993, p.35)

Na contemporaneidade, a utilização do texto em cena já não é uma obrigatoriedade. Passou-se o tempo em que peças famosas deveriam ser representadas. As possibilidades da encenação abrem portas para qualquer linguagem textual, desde que a mesma seja vivenciada pelos atores e que exista, de fato, a arte do teatro.

O texto narrativo, por exemplo, é muito utilizado nas cenas atuais, fugindo da estética da dramaturgia e propondo uma roupagem diferenciada na encenação. Fernandes afirma que:

[...] quando as fronteiras do drama alargaram-se a ponto de incluir romances, poemas, roteiros cinematográficos e até mesmo fragmentos de falas esparsas, desconexas, usados apenas para pontuar a dramaturgia cênica do diretor ou do ator. Diante dessa situação, não é de estranhar que uma das principais tarefas do estudioso do texto teatral contemporâneo seja distinguir seu objeto. Pois tudo o que aparecia até o final do século XIX como marca inconfundível do dramático, como o conflito e a situação, o diálogo e a noção de personagem, torna-se condição prescindível quando os artistas passam a usar todo tipo de escritura para eventual encenação, na tentativa de responder às exigências de tema e forma deste final de século. (2001, p.69)

Interpretado das mais variadas maneiras, o texto em conjunto com o público e o próprio ator, manifesta no palco ou em qualquer espaço uma história através da linguagem do teatro. É diante deste panorama que grupos, diretores e pesquisadores desenvolvem processos de trabalho que se baseiam na teoria e expandem seus conhecimentos até a prática e experimentação do fazer teatral.

O palco e a cena – A fotografia de still nos espetáculos

A arte da Fotografia

A fotografia tem em sua história vários nomes que contribuíram para a construção desta arte. Existem milhares de livros, documentos históricos ou

simplesmente fotografias que trazem ensinamentos para todos aqueles que estudam essa arte. Kossoy afirma que:

A fotografia [...] teria papel fundamental enquanto possibilidade inovadora de informação e conhecimento, instrumento de apoio à pesquisa nos diferentes campos da ciência e também como forma de expressão artística. A nova invenção veio para ficar. Seu consumo crescente e ininterrupto ensejou o gradativo aperfeiçoamento da técnica fotográfica. (2001, p.25)

Com o passar dos anos, as novas descobertas através de pesquisas e experimentos e conseqüentemente o surgimento de novas tecnologias, a fotografia assim como outras áreas, desenvolveu novos equipamentos e possibilidades que contribuíram para sua popularização, principalmente no contexto digital, o que facilitou o acesso aos instrumentos e ao armazenamento de imagens.

Importante ressaltar que não só existem equipamentos ou tecnologias que abarcam esta área, a necessidade do processo criativo proporcionou que os fotógrafos desenvolvessem estilos, de acordo com o princípio e o fim para o qual as fotografias capturadas eram produzidas. Os estilos de acordo com Baetens se resumem em duas palavras: linguagem e técnica:

“A técnica fotográfica é como uma linguagem. Quanto mais refinada, mais sutilmente você é capaz de se expressar; mas se você não tem nenhuma história para contar, nenhum sentimento para transmitir, suas palavras vão permanecer vazias.” (2010, p.09).

Essa expressão artística assim como tantas outras engloba uma característica primordial – a comunicação. Uma obra; uma fala; uma imagem ou uma melodia comunica algo para alguém, não importando o seu significado de origem. Para acontecer o processo de comunicação o fotógrafo, neste caso, precisa aliar a técnica e a linguagem para transmitir ao leitor da obra um pensamento, uma ideia ou qualquer sentimento.

Fotografia de espetáculos

A transmissão da comunicação por meio da linguagem visual é um papel fundamental na produção fotográfica, não importando o estilo pelo qual as obras são

produzidas. A fotografia de espetáculos, por exemplo, desperta nos olhos de quem vê uma leitura sobre o que aquela imagem representa, qual o seu sentido e o que ela transmite. É um estilo que não tem uma fórmula exata, mas que para acontecer é preciso sensibilidade para capturar momentos que reflitam o clima e a intensidade de cada apresentação. De acordo com Gomes,

Devemos propor, em termos fotográficos, abordagens e interpretações das cenas que constituam não um mero "registro", mas um depoimento, uma "interferência" do fotógrafo naquele espetáculo específico. Aí entram coisas genéricas e de difícil mensuração e controle exato, como criatividade, sagacidade (no sentido de perceber rapidamente a importância de uma cena e o momento exato em que deve ser clicada, por exemplo) e maturidade no tema. É nesse campo, na esfera da abordagem criativa, que o fotógrafo vai encontrar (ou não) a sua "marca", a sua especificidade, em suma, aquilo que fará a diferença entre ele e os outros profissionais da área. (2007)

O fotógrafo de espetáculos tem a missão de trabalhar em conjunto com outros elementos pertinentes ao espetáculo sem manuseá-los e/ou manipulá-los, desenvolvendo assim, a sua função nas condições que são oferecidas. Luz, cenário, figurino, espaço, produção, composição cênica, público e outros, são fatores que influenciam diretamente no resultado das imagens.

Hoje, muitos grupos e artistas dos mais variados segmentos registram seu trabalhos para posterior divulgação. Nas redes de busca ou nos bancos de imagem é possível encontrar milhares de fotografias que refletem domínio técnico ou não.

A "imagem" do Teatro no Brasil

Cada espetáculo ou show tem sua particularidade, não só a proposta temática, mas todos os elementos que são trabalhados, de forma a agregar valor estético à obra. A fotografia de still para cada evento é única, cada peça vai precisar de necessidades técnicas e posicionamentos do fotógrafo de formas distintas.

Aqui, foram elencados exemplos de imagens de espetáculos de teatro realizados por grupos nacionais, a fim de analisar como elas transmitem a essência da obra através da fotografia e os requisitos técnicos que supostamente foram utilizados.



Fig.4: Amok Teatro | Espetáculo: O Dragão
Fonte: http://www.amokteatro.com.br/esp_dragao_fotos.asp



Fig.5: Lume Teatro | Espetáculo: Shi-Zen, 7 cuias
Fonte: <http://www.lumeteatro.com.br/diariodebordo.php>

Na imagem do espetáculo O Dragão do Amok Teatro, fazemos uma leitura dos elementos que são visualizados: uma mulher usando lenço na cabeça, que nos remete às vestimentas utilizadas pelas mulheres árabes e uma tela que lembra grades e a ausência da liberdade. Na expressão da personagem nota-se tristeza e sofrimento e o fotógrafo conseguiu capturar no momento certo a dramaticidade da cena.

A fotografia de uma das cenas de Shi-Zen, 7 cuias, destaca a movimentação corporal dos atores e as suas respectivas expressões que levam o leitor a interpretar a imagem num sentido de força, loucura, vontade humana.

Nos exemplos anteriores percebe-se que o fotógrafo capturou cenas que trazem a tona uma reflexão sobre o que é o espetáculo e quais os caminhos que ele pode nortear. Em ambos, acredita-se que foram utilizadas câmeras de boa qualidade e outras especificações técnicas ideais para esse estilo, como objetivas mais claras e ISO um pouco mais alto. De acordo com Gomes:

Em fotografia de espetáculos, o comando básico é a velocidade. Regulando a velocidade você controla como será feito o registro da movimentação e expressão dos artistas, e isso é o fundamental. Como geralmente as condições de luz não são favoráveis ao uso de velocidades altas, é preciso ter uma boa abertura do diafragma e uma alta sensibilidade ISO para possibilitar uma margem mais ampla no controle da velocidade do obturador. (2007)

Nesse estilo é imprescindível o entendimento sobre os equipamentos e técnicas para que a junção destes fatores possibilite a realização de um bom trabalho. Por outro lado, a arte de fotografar não se limita apenas ao conhecimento técnico, mas engloba também a visão artística capaz de expressar em um disparo a essência de uma cena, uma expressão ou de um simples sentimento.

O PINEL através das lentes: O resultado³

As fotografias do PINEL foram realizadas em dois dias, sendo no primeiro dia o registro dos bastidores do grupo: alongamento, preparação, conversas e ensaio, e no segundo dia, o PINEL fez o espetáculo completo para ser realizado o registro fotográfico.

Partindo do conceito expressão e das referências visuais propostas na primeira fase. A luz no primeiro dia foi composta por lâmpadas fluorescentes pertencentes ao local, ambos com coloração natural. No segundo dia de ensaio foram utilizadas 06 (seis) refletores de lâmpada par e 06 (seis) PC de 500w. Sendo posicionados de modo que os refletores de lâmpada par ficaram entre as coxias e os PC's ficaram na parte superior nas varas de iluminação do Teatro. A iluminação foi projetada para deixar o espetáculo completamente iluminado (não foram utilizadas gelatinas, filtros ou difusores em nenhum dos dias).

Quanto à coloração aplicada foram utilizados dois segmentos, o colorido e o preto e branco. Para mostrar as cores de tecido, ressaltar textura e objetos de cena foram captadas imagens coloridas. Optou-se por registrar fotografias em preto e branco, porque o monocromático ressalta a expressão da situação que envolve os personagens e suas emoções.

³ Fotografias: Clarrisa Santos e Mayara Silveira / Design Gráfico e Identidade Visual: Mayara Silveira





Figs. 6 - 12: Fotografias de Mayara Silveira e Clarissa Santos
Fonte: Acervo Pessoal das fotógrafas e do PINEL.

Identidade Visual

Na composição da logomarca, o objetivo era aplicar o significado da palavra (pinel) e traços modernos, pois o teatro desenvolvido no grupo segue a estética do pós-dramático que se encontra no contexto contemporâneo. Assim, a logo escolhida resultou em um desenho mais limpo, moderno e abarcou a ideia proposta pelo PINEL.

Foi utilizado como tipologia uma fonte sem serifa, com linhas retas e curvas. A ideia de loucura transpôs para a imagem a inversão da letra i, e a dispersão das outras letras. Na aplicação da mesma foram utilizadas duas cores: preto + azul e branco + azul.

Já para o título do espetáculo foi utilizada uma tipologia suave, com linhas retas e curvas, na letra ‘q’ aplicou-se um arabesco para que remetesse a ideia de caminho.



Fig. 13: Logomarca do PINEL
 Fonte Figs. 13 e 14: Acervo Pessoal do PINEL

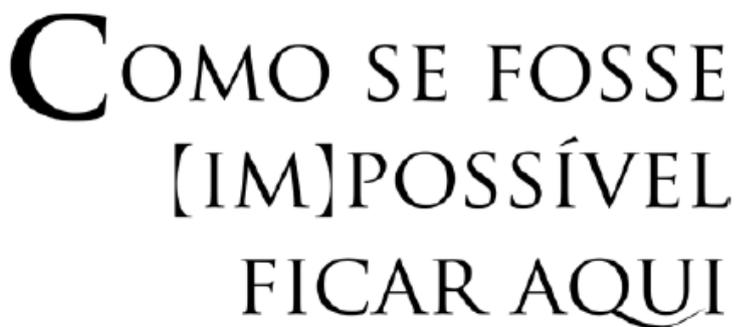


Fig. 14: Logotipo do espetáculo

Divulgação eletrônica e Impressos

O flyer foi criado para divulgação online, foram produzidas 11 (onze) artes e as mesmas foram publicadas uma por dia nos 11 (onze) dias que antecedem o espetáculo. A base do flyer foi composta por fundo preto e a textura da renda remetendo ao tecido utilizado pelas duas personagens femininas. Para compor o design deste produto foram escolhidas imagens em preto e branco e colorida, além disso, aplicou-se a logomarca do PINEL, o nome do espetáculo e os dados de onde o mesmo será realizado.

O cartaz foi criado a partir de uma das fotografias capturas por Clarissa Santos, na qual se encontram as duas personagens femininas. O cartaz seguiu a mesma estética aplicada aos flyers.



Fig. 15: Flyer
 Fonte Figs. 15 e 16: Acervo Pessoal do PINEL



Fig. 16: Cartaz

O programa desenvolvido traz os pensamentos sobre o PINEL e o espetáculo através das palavras do diretor Duílio Cunha e do dramaturgista Diógenes Maciel. Os atores, também deixam suas impressões por meio de relatos que trazem à tona a relação entre o espetáculo Como se fosse [im]possível ficar aqui e suas vidas. Para este material foram escolhidas imagens em preto e branco e colorida, aplicou-se a logomarca do PINEL, o nome do espetáculo, textos produzidos pelo grupo e citações em algumas fotografias.

Para acessar as demais imagens do material confeccionado (flyers, cartaz, programa e as demais fotografias), basta acessar o blog eletrônico do PINEL: <http://nucleopinel.blogspot.com.br/>

Considerações Finais

A necessidade de promover produtos artísticos culturais no mercado possibilitou o desenvolvimento desse estudo acerca do PINEL. O Projeto que deu origem a este estudo teve como principal ponto de partida a pesquisa acerca do tema proposto, através de textos e livros que pudessem fundamentar este trabalho, elencando de forma abrangente os principais pontos que o integram: a publicidade, o teatro e a fotografia.

Estes fatores resultaram na execução prática, que abrange a realização das fotografias e o desenvolvimento gráfico e textual sobre as atividades do mesmo. Assim, os espectadores e profissionais da área artística do país poderão ter acesso a um material publicitário que tem como finalidade divulgar o trabalho e o espetáculo do Núcleo.

Com este estudo, propõe-se não só representar mais um espetáculo teatro através da fotografia, mas através dela construir uma identidade visual que possa valorizar o grupo, promovendo-o através de materiais que possibilitem a sua ingressão em eventos, mostras e festivais, pois teatro também é mercado e precisa ser apreciado, comprado e posto da mídia, a fim de incentivar o público a adquirir um produto que irá contribuir para o seu conhecimento, educação e desenvolvimento artístico-cultural.

Referências

BAETENS, Pascal. **Nu artístico: fotografia a arte e o talento**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2010.

BARBA, Eugênio. **O que é Antropologia Teatral**. A Tradição da ISTA – Festival Internacional de Londrina, 1994. <Disponível em: <http://ciacara.com.br/textos/170-ainda-hoje.html>> Acesso em: 15 set. 2011.

BROOK, Peter. **A porta aberta**. Trad. Antonio Mercado. 4. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

FERNANDES, Sílvia. **Apontamentos sobre o texto teatral contemporâneo**. Revista Sala Preta, n. 1, 2001. <Disponível em: http://www.eca.usp.br/departam/cac/salapreta/PDF01/SP01_07_silviafern.pdf> Acesso em: 15 set. 2011.

FERRACINI, Renato. **O corpo cotidiano e o corpo-subjétil: relações**. <Disponível em: <http://files.discutindoaeticanoteatro.webnode.com>> Acesso em: 15 set. 2011.

GOMES, Bruno. **Reflexões sobre a fotografia de espetáculos**. 2007. <Disponível em: <http://forum.mundofotografico.com.br/index.php?topic=16141.0>> Acesso em: 17 set. 2011.

GUINSBURG, J. **Da cena em cena: ensaios de teatro**. São Paulo: Perspectiva, 2007.

KOSSY, Boris. **Fotografia e História**. [s.l] Atelie Editorial, 2001.

KUSNET, Eugênio. **Ator e método**. 2 ed. Rio de Janeiro: Instituto Nacional de Artes Cênicas, 1985.

MAGALDI, Sábato. **Iniciação ao teatro**. 2 ed. São Paulo: Editora Ática, 1985.

ROSENFELD, Anatol. **Primas do teatro**. São Paulo: Perspectiva, 1993.

SANTOS FILHO, Juarez Rodrigues do. **A imagem apropriada da publicidade**. Goiânia – GO: 2010. <Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2010/resumos/R21-0673-1.pdf>> Acesso em: 07 set. 2011.

SUZANO JUNIOR, Luis Carlos Cardoso e AMORIM, Sara Passabon. **A Linguagem da Performance, da Publicidade e da Propaganda: diálogos entre arte e existência**. São Paulo. Revista Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação. Ano 3. 4 ed, 2010.