

1900 – PÔSTER DE PROPAGANDA



A 1ª Guerra Mundial é reconhecida como um marco na utilização do design gráfico para persuasão psicológica. Antes do cinema e do rádio, os pôsteres eram a principal forma de propaganda de massa. Os artistas fizeram uso dos estilos de época em seus respectivos países para produzir imagens evocativas. Graças à impressão litográfica em cores, que estava sendo aperfeiçoada nos anos que precederam 1914, os pôsteres eram produzidos em grandes quantidades.

Na Inglaterra, Alfred Leete foi o responsável pelos olhos e pelo dedo apontado de Lord Kitchener, com a mensagem “Seu país precisa de você”. A mesma atitude foi adotada pelo Tio Sam nos Estados Unidos: “Eu quero você no Exército dos Estados Unidos”. Na Alemanha, os artistas do jugendstil e do plakastil produziram imagens em um estilo mais simples, concentrando-se nas famílias dos soldados que partiram ou nas ações no campo de batalha.

1900 – PÔSTER DE PROPAGANDA

MÉTODO



PASSO 1 Selecione uma imagem com uma postura adequada. Este retrato é de uma policial feminina de uniforme, baixado de um banco de imagens gratuito.



PASSO 2 Aplique o filtro do Photoshop Artistic > Cutout com ajuste de baixo nível para Edge Fidelity e Edge Simplicity. Esse recurso mantém os detalhes, porém



com um efeito de ilustração chapada. Remova o fundo usando Magic Wand para selecionar áreas indesejadas ou, se o fundo for escuro, desenha um caminho para fazer a seleção.

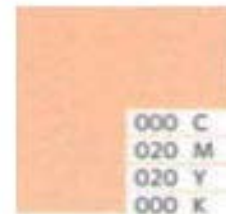
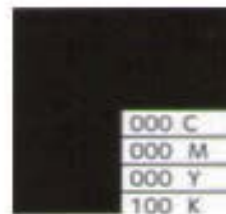


1900 – PÔSTER DE PROPAGANDA



PASSO 3 Encontre a imagem de um dedo apontando, ou use uma câmera digital para fotografar um. Remova o fundo, deixando apenas a mão, aplique o filtro **Cutout**, como no passo 2.

PASSO 4 A cor pode precisar ser ajustada para se adequar ao estilo do período. Os tons de pele e as sombras são chapados e levemente exagerados. Mais uma vez, use **Magic Wand** para selecionar destaques e sombras individuais e aplique a cor como achar necessário. Numa camada separada, acrescente alguma textura em uma cor chapada para simular um fundo pintado à mão.



1900 – PÔSTER DE PROPAGANDA

FONTES

Block Berthold Heavy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Gill Sans Ultra Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Futura Extra Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ



PASSO 5 Acrescente o texto. Erdt, em geral, usava uma fonte "irregular", como Block Berthold, mas qualquer fonte gótica bold sem serifa pode ser utilizada, se os contornos forem alterados para dar um efeito de letra pintada à mão. Ajuste a fonte no Photoshop, transforme-a em vetor e aplique alguma distorção usando o filtro **Brush Strokes > Sprayed Strokes** (ver p. 37).

1930 – PÔSTER PUBLICITÁRIO – REINO UNIDO



O estilo gráfico de Tom Purvis é característico deste período e baseia-se na extrema simplificação das formas e num corte ousado nos blocos de cor. Adequava-se perfeitamente à imagens de publicidade usadas em larga escala nas companhias ferroviárias do Reino Unido e em hospedarias à beira-mar, pois eram chamativas e tinham um custo de produção relativamente baixo.

Purvis foi contratado pela London & North Eastern Railway (LNER) e produziu uma série de trabalhos impressionantes durante os anos 1920 e 1930. Em 1936 foi um dos primeiros a receber o prêmio Royal Designers for Industry e, no final da década, era conhecido como o “maior nome do design comercial inglês”.

1930 – PÔSTER PUBLICITÁRIO – REINO UNIDO

MÉTODO



PASSO 1 Escolha uma imagem adequada para desconstruir. Se for necessária uma figura, tente usar roupas que retratem o período ou que possam ser facilmente adaptadas. Uma roupa específica revela de imediato o período a que pertence.



PASSO 2 Remova os detalhes da imagem fotográfica usando um dos muitos filtros do Photoshop. Neste caso foi aplicado o **Paint Daubs**, seguido do **Poster Edges**.



PASSO 3 A imagem resultante foi aberta no Illustrator, no qual foi aplicado o comando **Live Trace**. Escolha um ajuste de nível entre 6 e 10 cores para simplificar o traço. Expanda o traço para criar contornos vetoriais.



PASSO 4 Agora as formas vetoriais podem ser selecionadas e agrupadas para receber cores. Evite mostrar detalhes. Linhas claras do horizonte podem ser criadas simplesmente desenhando um retângulo e aplicando cor. Áreas não desejadas de detalhes devem ser eliminadas.



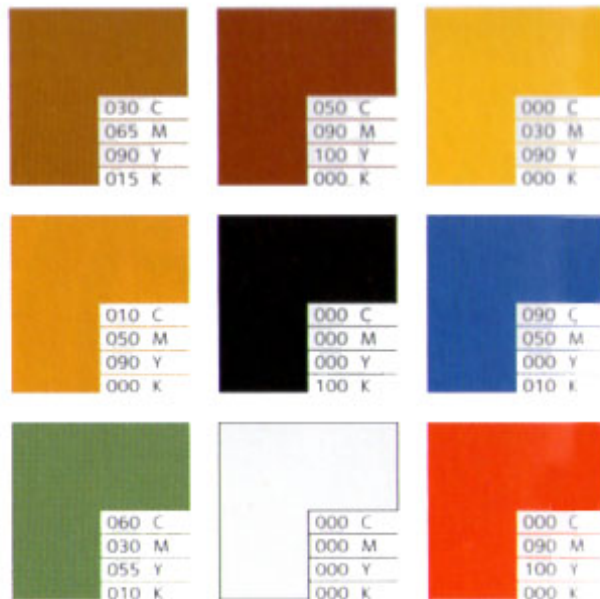
1930 – PÔSTER PUBLICITÁRIO – REINO UNIDO

PASSO 5 A escolha final de cor é importante para reproduzir o estilo corretamente. Selecione tonalidades fortes e contrastantes, usando uma ou duas áreas predominantes de cor chapada. A imagem foi ainda mais simplificada reduzindo-se o número total de cores a oito. Podem ser feitas alterações finais sutis na imagem vetorial. Aqui o braço segurando o telefone foi substituído e todos os detalhes da roupa do modelo, removidos. Formas de onda desenhadas à mão foram acrescentadas para criar uma praia típica do estilo Purvis.



1930 – PÔSTER PUBLICITÁRIO – REINO UNIDO

COR



As ilustrações de Purvis reduziam-se a um número limitado de cores chapadas e ousadas, pontuadas por áreas de preto e destaques vazados. Os pôsteres desenhados para promover viagens de trem a lugares ensolarados, em geral, retratavam figuras com tons de pele exageradamente escuros.

FONTES

Gill Sans Regular

AaBbCcDdEeFfGgHh

Gill Sans Light

AaBbCcDdEeFfGgHh

Gill Sans Condensed

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm

Futura Medium

AaBbCcDdEeFfGgH

Avenir 65 Medium

AaBbCcDdEeFfGg

ITC Avant Garde Gothic Book

AaBbCcDdEeFfGg

As linhas limpas e despojadas da tipologia Gothic sem serifa eram a marca registrada de Purvis. Esse efeito pode ser criado hoje usando versões digitais de fontes como Gill Sans, originalmente desenhada em 1928 por Eric Gill e usadas em larga escala na publicidade e nas capas de livros durante os anos 1930.



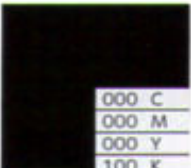
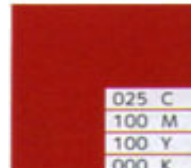
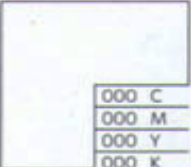
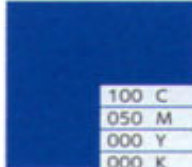
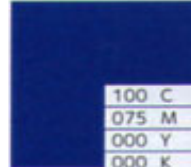
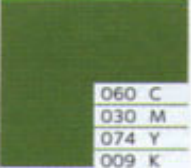
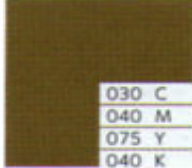
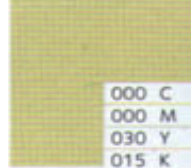
1930 – PUBLICIDADE NO METRÔ DE LONDRES



Nos anos 1930, a companhia de transporte britânica London Transport apoiava de forma incisiva a arte e o design contemporâneo e contratava artistas e designers renomados para criar pôsteres publicitários para sua rede. Muitos dos exemplos mais conhecidos foram responsabilidade de Frank Pick, nomeado diretor em 1933. Pick queria que a London Transport inspirasse e educasse os que utilizavam seus serviços, e a ambiciosa lista de artistas que tinha em mente refletia esse fato. Muitos passageiros aguardavam ansiosos para ver os mais recentes trabalhos desses eminentes designers, e Pick organizava também exposições desses pôsteres no departamento de reservas da estação Charing Cross. Edward McKnight Kauffer foi um dos primeiros artistas contratados por Pick, logo seguindo de outros, que incluíam Graham Sutherland, Paul Nash, László Moholy-Nagy e Man Ray.

1930 – PUBLICIDADE NO METRÔ DE LONDRES

COR

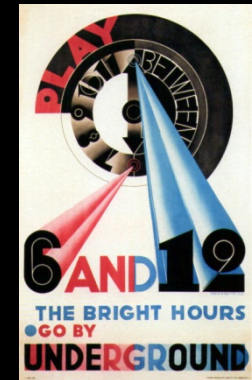
 <table><tr><td>000 C</td></tr><tr><td>000 M</td></tr><tr><td>000 Y</td></tr><tr><td>100 K</td></tr></table>	000 C	000 M	000 Y	100 K	 <table><tr><td>000 C</td></tr><tr><td>100 M</td></tr><tr><td>100 Y</td></tr><tr><td>000 K</td></tr></table>	000 C	100 M	100 Y	000 K	 <table><tr><td>025 C</td></tr><tr><td>100 M</td></tr><tr><td>100 Y</td></tr><tr><td>000 K</td></tr></table>	025 C	100 M	100 Y	000 K
000 C														
000 M														
000 Y														
100 K														
000 C														
100 M														
100 Y														
000 K														
025 C														
100 M														
100 Y														
000 K														
 <table><tr><td>000 C</td></tr><tr><td>000 M</td></tr><tr><td>000 Y</td></tr><tr><td>000 K</td></tr></table>	000 C	000 M	000 Y	000 K	 <table><tr><td>100 C</td></tr><tr><td>050 M</td></tr><tr><td>000 Y</td></tr><tr><td>000 K</td></tr></table>	100 C	050 M	000 Y	000 K	 <table><tr><td>100 C</td></tr><tr><td>075 M</td></tr><tr><td>000 Y</td></tr><tr><td>000 K</td></tr></table>	100 C	075 M	000 Y	000 K
000 C														
000 M														
000 Y														
000 K														
100 C														
050 M														
000 Y														
000 K														
100 C														
075 M														
000 Y														
000 K														
 <table><tr><td>060 C</td></tr><tr><td>030 M</td></tr><tr><td>074 Y</td></tr><tr><td>009 K</td></tr></table>	060 C	030 M	074 Y	009 K	 <table><tr><td>030 C</td></tr><tr><td>040 M</td></tr><tr><td>075 Y</td></tr><tr><td>040 K</td></tr></table>	030 C	040 M	075 Y	040 K	 <table><tr><td>000 C</td></tr><tr><td>000 M</td></tr><tr><td>030 Y</td></tr><tr><td>015 K</td></tr></table>	000 C	000 M	030 Y	015 K
060 C														
030 M														
074 Y														
009 K														
030 C														
040 M														
075 Y														
040 K														
000 C														
000 M														
030 Y														
015 K														

O vermelho e o azul, as cores “corporativas” usadas no logo do metrô de Londres, eram reforçados na publicidade. Essas cores básicas eram complementadas por tonalidades mais sutis da art déco, como verde e marrom. O preto também era bastante utilizado, tanto para texto como para imagens. Quando as campanhas se tornaram mais bem-sucedidas, foram dominadas por ilustrações que continham uma paleta de cores bem mais ampla.



The image shows the classic London Underground logo, known as the 'Bullseye'. It consists of a red circle with a black border. Inside the circle, the word 'LONDON' is written in black capital letters at the top, and 'TRANSPORT' is written in black capital letters at the bottom. A black horizontal bar with white capital letters 'UNDERGROUND' is superimposed across the center of the circle.

Frank Pick contratou Edward Johnston para desenhar o logo original do metrô, o “Bullseye”, que se tornou uma das marcas registradas mais bem-sucedidas de todos os tempos. Atualizada ao longo dos anos com mudanças sutis na fonte, ainda hoje é usada.



1930 – PUBLICIDADE NO METRÔ DE LONDRES

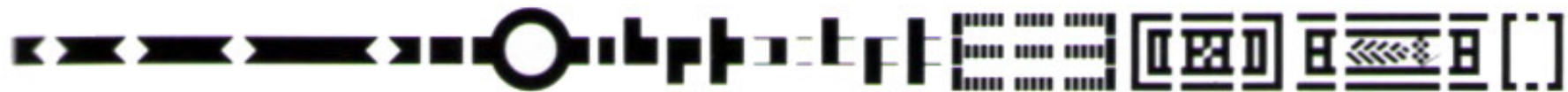
FONTES

O metrô de Londres foi pioneiro em estratégias de design integradas. Edward Johnston projetou o alfabeto de tipos pretos sem serifa usado nos sinais de todas as estações e em notas informativas. O design modernista exerceu uma enorme influência na tipografia inglesa. Uma versão digital dos tipos originais de Johnston é produzida pela P22, empresa especializada em design de fontes.

Johnston Underground

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789!@#\$%&'()*<>



1930 – PUBLICIDADE NO METRÔ DE LONDRES

DESIGN



▲ Abstrações estilizadas de elementos como mostradores de relógio eram usadas para estimular o público a utilizar o metrô em certas horas para propósitos específicos. Desenhos dinâmicos e inspirados no futurismo incorporaram referências ao logotipo circular.



► Formas cubistas derivadas do logo da companhia eram usadas sempre que possível; tanto o braço do arqueiro como a aljava reforçavam a mensagem de forma inteligente. O símbolo da flecha era largamente difundido, sobretudo a flecha dentada dos dois lados do quadro figurando como réguas ou banners. Esses elementos são fáceis de ser recriados usando um aplicativo de desenho vetorial.

