



Anúncio Impresso Desenvolvido para a Campanha de Propaganda dos Portadores de Sofrimento Mental da ONG Laço¹

Thiago CÂNDIDO²

Alline CRISTINA

Arthur ÉDEN

Diego FIALHO

Natália MAIA

Thaís CORRÊA

Thiago GONÇALVES³

Lamounier Lucas PEREIRA JÚNIOR⁴

Centro Universitário Newton Paiva, Minas Geras, MG

RESUMO

O anúncio impresso apresentado é parte do trabalho acadêmico realizado para a divulgação da ONG Laço que auxilia portadores de sofrimento mental. A peça exposta aqui faz parte de uma campanha de propaganda. A campanha foi apresentada no Opus Universitário no Centro Universitário Newton Paiva e teve como objetivo conscientizar para o fim da discriminação e do pré-julgamento da pessoa portadora da doença.

PALAVRAS-CHAVE: propaganda; anúncio de revista; ONG Laço; portadores de sofrimento mental.

1 INTRODUÇÃO

O trabalho a seguir foi desenvolvido atendendo aos requisitos do Opus Universitário, um projeto criado pelo Centro Universitário Newton Paiva, por meio do qual os alunos do 6º Período de Publicidade e Propaganda apresentam os trabalhos desenvolvidos durante o semestre.

O Opus Universitário tem o objetivo de aproximar os alunos da realidade vivida no mercado de trabalho. Além disso, permite vivenciar a propaganda, divulgando uma causa social de uma Organização Não Governamental. A campanha de propaganda

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Anúncio Impresso.

² Aluno líder do grupo e Estudante de Graduação 7º. semestre do curso de Publicidade e Propaganda, email: thiagopp.contato@hotmail.com

³ Estudantes do 7º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, emails: alline.ni@hotmail.com, arthureden@gmail.com, diegofialhodesouza@yahoo.com.br, nat.mchan@hotmail.com, thaiscorrea.m@gmail.com, thicobh@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Newton Paiva, email: raoult@bol.com.br



desenvolvida para a ONG teve o objetivo de apresentar essa causa a fim de torná-la conhecida e sensibilizar a sociedade.

A ONG Laço tem como maior objetivo promover a ruptura com o modelo assistencialista de abordar a exclusão social. Para isso, procura proporcionar ao portador de sofrimento mental um trabalho co-responsável, que estimule o inter-relacionamento por meio de atividades clínicas, de formação, capacitação e geração de renda.

2 OBJETIVO

Ainda existe entre as pessoas um preconceito muito grande em relação aos portadores de sofrimento mental. Alguns discriminam por medo ou simplesmente, por não saber como lidar com eles.

Além disso, a maioria das Instituições focadas na inclusão social trabalha com o modelo assistencialista. Nelas, os psicóticos são geralmente tratados apenas com remédios e os problemas que desencadeiam suas crises são relevados. Com esse diferencial, a ONG precisa tornar-se conhecida para enfim, divulgar os seus métodos, demonstrando que cada ser humano tem uma existência de valor e pode fazer parte da sociedade, reduzindo o preconceito.

Sendo assim, o objetivo da campanha, sobretudo do anúncio, é reduzir o preconceito que muitas vezes agrava os distúrbios. Além de mostrar que os portadores de sofrimento mental também são capazes de participar da vida social trabalhando, estudando e se divertindo como outra pessoa qualquer.

2 JUSTIFICATIVA

O conceito da campanha partiu do princípio de que todas as pessoas possuem características individuais que as tornam diferentes e, por isso, são únicas. Essas diferenças aparecem na cor da pele, na cor dos olhos, no cabelo e por aí vai. Aparecem também na personalidade de cada um, nas qualidades e defeitos, no jeito de pensar e de agir. Portanto, ter essas diferenças é a única coisa que tornam as pessoas semelhantes.

Este princípio foi trazido para o universo do portador de sofrimento mental, porque com eles também é assim: cada um possui suas diferenças físicas e também suas diferenças na personalidade. Cada um também tem seu jeito de ser, seu jeito de viver.



Por isso, a frase-tema da campanha tem como objetivo mostrar ao público alvo que não se deve discriminar o portador de sofrimento mental, já que todos nós somos assim, diferentes. Também tem como objetivo mostrar a esse público que não se deve julgar as pessoas pelas aparências. É importante conhecer e aprender a lidar com as diferenças alheias. Sendo assim, a frase-tema desenvolvida foi: “As diferenças estão em todos os lugares, são elas que nos tornam semelhantes”. A frase-tema é acompanhada pelo texto: “Todos os dias milhares de pessoas sofrem algum tipo de preconceito. Milhares de pessoas são classificadas como diferentes. É preciso entender que todos nós temos nossas diferenças e são elas que nos tornam únicos. Com os portadores de sofrimento mental também é assim. Cada um tem seu modo de pensar, de agir, de viver. Todos eles têm suas diferenças e por isso são como todos nós, seres humanos. Entenda e respeite as diferenças, são elas que nos tornam semelhantes. Uma campanha contra o preconceito ao portador de sofrimento mental.”

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A mídia foi escolhida por fazer parte do dia-a-dia do público, possibilitando um momento a essa reflexão. Uns dos objetivos é que as pessoas conheçam a ONG. Além disso, que contribuam até financeiramente para que o trabalho continue. Por isso, o AD revista, poderá atingir o público que faz parte das classes mais altas e que podem ajudar. A mídia tem maior longevidade, formato prático de leitura, amplo alcance e principalmente credibilidade para divulgar a causa.

Os veículos selecionados foram as Revisas Encontro e Viver Brasil, ambas são veiculadas, sobretudo em Minas Gerais, além de alcançar São Paulo, Rio de Janeiro e Distrito Federal. As mulheres são a maioria. Os leitores têm mais de 20 anos e pertencem às classes A, B e C.

Para alcançar o público alvo indicado, o anúncio apresenta elementos que levam as pessoas a refletirem sobre seu pré-conceito em relação ao portador de sofrimento mental. Sendo assim, a peça se utiliza de fotografia, cores, texto, diagramação e intervenções que, juntos, simbolizam o universo do portador de sofrimento mental e das pessoas “normais”, promovendo um diálogo entre eles.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Por se tratar de uma causa social, o anúncio tem uma abordagem emotiva. Sendo assim, a fotografia, o texto e as cores seguem esta premissa.

Inicialmente, o título lança um questionamento. Ele é parte de um gatilho que faz o leitor buscar o significado da peça. Há uma visível diferenciação no tamanho do corpo do texto, principalmente do título, que “invade” a fotografia e faz parte dela. São esses elementos textuais contrastantes que atraem o leitor para o anúncio (CÉSAR, 2009).

Ainda analisando o texto, a fonte usada não tem serifa. Ela traz legibilidade ao anúncio e permite maior conforto a quem está lendo. Já a uniformidade no espaçamento entre as linhas contribui para a fluidez da leitura.

No aspecto da diagramação, a imagem textual é criativa. O diferencial do anúncio é a quebra do padrão simétrico. Newton César (2009) explica que:

“A diagramação criativa é aquela que quebra os padrões, mínimos que sejam. Um alinhamento diferenciado, por exemplo. [...] Um bloco de texto dinâmico com distribuição assimétrica ou, ainda, uma interação maior entre imagem e texto. Isso só se consegue com muita observação, criatividade e, acima de tudo, inovação.” (CÉSAR, 2009, p.151)

A razão do alinhamento assimétrico do anúncio é representar o universo cinza, frio e tão comum na vida das pessoas. Mesmo que elas tentem ser “normais” e pertencentes à sociedade padrão é comum a presença de imperfeições. O desalinho do texto ilustra estas arestas do indivíduo. Cada bloco de texto é alinhado de uma forma. No entanto, é possível encontrar equilíbrio na composição.

O texto está ligado a uma fotografia. O objetivo dela é fazer com que o leitor perceba que não é possível identificar o portador de sofrimento mental pela aparência. Cada pessoa tem diferenças e semelhanças, assim como os personagens não identificados na fotografia. A cor quente predominante na imagem chama atenção. O alaranjado simboliza o lado emotivo, uma vez que o preconceito e a doença são vivenciados por seres humanos, sendo eles portadores de sofrimento mental ou não.



O doente e seu universo são representados pela ilustração livre presente na porção superior do anúncio. A princípio, a intervenção não carrega em si algum sentido, comportando-se no layout apenas como “diferente”. Por isso, a ilustração é feita utilizando a cor complementar à cor aplicada no título. O objetivo é que este símbolo mostre a posição deste indivíduo que convive em sociedade. Por outro lado, os traços despreocupados contribuem para a dinâmica a peça. Eles trazem movimento, chama atenção do leitor e guia seu olhar em direção ao texto.

Essa conjunção de elementos, contrastantes entre si, tira o leitor do lugar comum e chama a sua atenção e sensibilidade para a causa. O texto, a cor, o alinhamento, a fonte e fotografia ilustram o diálogo entre dois universos: o da pessoa “normal” e o do “doente”. Eles, juntos, permitem concluir que a diferença é, sobretudo, uma semelhança.



FIGURA 1: anúncio de revista utilizado na campanha desenvolvida para a ONG Laço.

**VOCÊ CONSEGUE
IDENTIFICAR QUEM É PORTADOR
DE SOFRIMENTO MENTAL?**

*AS DIFERENÇAS ESTÃO EM TODOS OS LUGARES,
SÃO ELAS QUE NOS TORNAM SEMELHANTES.*

*TODOS OS DIAS MILHARES DE PESSOAS SOFREM
ALGUM TIPO DE PRECONCEITO. MILHARES DE
PESSOAS SÃO CLASSIFICADAS COMO DIFERENTES.
É PRECISO ENTENDER QUE TODOS NÓS TEMOS
NOSSAS DIFERENÇAS E SÃO ELAS QUE NOS
TORNAM ÚNICOS. COM OS PORTADORES DE
SOFRIMENTO MENTAL TAMBÉM É ASSIM. CADA
UM TEM SEU MODO DE PENSAR, DE AGIR, DE
VIVER. TODOS ELAS TÊM SUAS DIFERENÇAS E POR
ISSO SÃO COMO TODOS NÓS, SERES HUMANOS.
ENTENDA E RESPEITE AS DIFERENÇAS, SÃO ELAS
QUE NOS TORNAM SEMELHANTES.*

LAÇO

Fonte: Agência Híbrido Comunicação

6 - CONSIDERAÇÕES

Desenvolver uma campanha de propaganda foi um desafio, uma vez que o objeto de estudo era uma causa. Para ter êxito no trabalho foi preciso desenvolver pesquisas,



análises e agregar uma série de conhecimentos novos. A vivência desta experiência foi muito rica para todos os integrantes. O grupo entrou em contato com os portadores de sofrimento mental e a participação na vida deles sensibilizou a todos para o desenvolvimento da campanha descrita aqui. O trabalho proporcionou um crescimento, acadêmico, profissional e principalmente pessoal. Além disso, esse anúncio garantiu um dos troféus conquistados pelo grupo, o de melhor mídia impressa.

REFERÊNCIAS

CÉSAR, Newton. **Direção de arte em propaganda**. Brasília: Editora Senac, 2009. 263p.