



QUEM ENTENDE O OUTRO SENTIDO¹

Daniel de Oliveira ACHUCARRO²

Elton Tamiozzo de OLIVEIRA³

Universidade Católica Dom Bosco, Campo Grande, MS

RESUMO

O presente documento apresenta um anúncio produzido para o Jornal Laboratório da Universidade Católica Dom Bosco, Jornal Em Foco. O assunto tratado, drogas, é delicado e por mais que seja uma realidade ainda é visto com muito preconceito e tabu. Com a orientação dos professores e tendo como referência a pesquisa Dossiê Universo Jovem MTV – 2008 o anúncio foi criado utilizando uma linguagem para ser entendida pelo público-alvo e com uma direção de arte que primou pela limpeza e simplicidade visual

PALAVRAS-CHAVE: Publicidade e propaganda; jornal; vela; conscientização.

INTRODUÇÃO

Droga é um assunto complicado, entre jovens o assunto toma um peso muito maior, o Dossiê Universo Jovem MTV mostra que Droga foi considerada o maior problema entre os jovens.

Quem faz parte do universo acadêmico convive com este problema quase que diariamente, pensando nisso decidiu-se em criar um anúncio para o jornal laboratório da UCDB.

Por ser uma mídia que atinge principalmente os alunos da universidade, pensou-se em algo que tratasse deste assunto de uma maneira direta, mas que não agredisse quem fosse impactado, que não fosse como um pai ou alguém mais velho proibindo o uso de uma vez, mas sim como um amigo dando um conselho, falando a mesma língua de nosso público alvo, o que daria mais resultado.

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

² Aluno líder. Estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: dnl.achucarro@gmail.com.

³ Orientador. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda, email: eltontamiozzo@msn.com / eltontamiozzo@ucdb.br



2 OBJETIVO

Chegar até os jovens que estudam na UCDB com uma mensagem eficaz que os façam pensar sobre o uso da droga, algo que não os confronte que se torne assunto entre eles, com isso conscientizar sobre o uso da droga.

3 JUSTIFICATIVA

De uma maneira geral, as drogas ilegais são discutidas de forma já bastante “descontraída”, já que o consumo parece aberto. (DOSSIÊ UNIVERSO JOVEM MTV)

Não tem como fingir que as drogas não são problema. Elas atingem grande parte da população mundial e na maioria das vezes estes são jovens, não importando classe social. Droga, segundo a medicina, é qualquer substância capaz de causar mudanças fisiológicas ou de comportamento, como bebida, cigarro, maconha e mais alguns tipos legais e ilegais de droga, algumas são mais fáceis de conseguir que outras.

Drogas legais têm um pequeno controle, o problema é que não tem como controlar o consumo das drogas ilegais, por isso resolveu-se fazer um anúncio de conscientização de uma droga ilegal que é cada vez mais fácil de conseguir e talvez por isso a mais comum entre os jovens.

Jovens que usam maconha têm entre si um vocabulário, algumas gírias, que são específicas deles, pensando nisso resolvemos colocar um pouco deste modo de falar no anúncio “acender vela”, para que o público alvo se identifique de certa forma, e para que não agrida quem não está muito ligado nesta prática, a mensagem foi dirigida diretamente para aqueles que convivem com isso quando usou-se a linguagem própria, que é uma forma de dizer “sou um de vocês”, facilitando a aproximação e a reflexão, além de buscar gerar comentários sobre a peça, transmitindo a mensagem para todos.

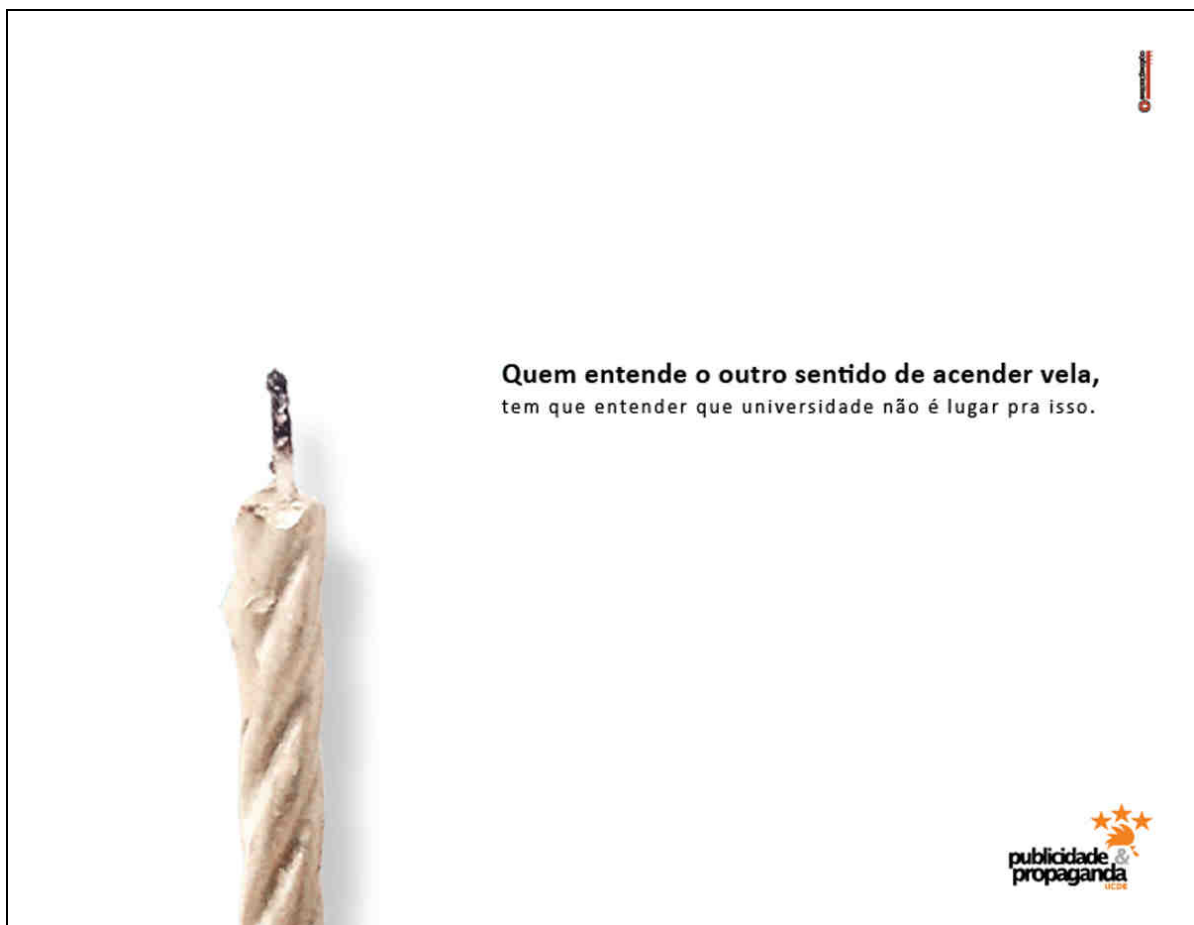
Para sintetizar a ideia da “gíria” e dar um fechamento colocou-se uma vela que lembrasse um cigarro, o que causará mais uma identificação entre os jovens que desejamos impactar e facilitará o entendimento da peça.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para colocar a ideia no papel não era preciso complicar demais, pensamos em fazer da maneira mais minimalista possível. O título “Quem entende o outro sentido de acender vela” é bem direto para quem faz o uso desta droga, não tinha muito que ser acrescentado, fomos bem simples e diretos para o rápido entendimento da peça, já que o assunto é delicado e os “usuários” nem dão mais atenção para anúncios com este tema.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Escolheu-se deixar a vela branca com o fundo branco, para dar mais ênfase à redação do anúncio. Deixando a vela como um objeto secundário objetivou-se facilitar a compreensão da mensagem, brincando com a semelhança entre a vela e o cigarro, assim como acontece na frase ligada a “gíria”.





6 CONSIDERAÇÕES

Este anúncio foi pensado com base em uma situação que não se pode fingir que não existe, foi criado para ser vinculado em uma mídia que circula pela UCDB, onde a concentração de jovens é alta, formando um lugar ideal para lançarmos nossa mensagem.

Falamos de maconha, porque é uma droga ilegal que faz tanto parte da vida dos jovens quanto as drogas legais como cerveja e cigarro, por exemplo. O objetivo foi mostrar com este anúncio mais do que um problema em que a juventude está metida, mas também que é possível fazer propaganda que acrescente algo a mais, além do que somente o desejo de consumo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARRETO, Roberto Mena. **Criatividade em propaganda**. São Paulo: Editora Summus, 2004.

DOSSIÊ UNIVERSO JOVEM MTV. Disponível em <http://mtv.uol.com.br/dossie/programa>, acesso em 04/03/2011.