



Cine FA7: Estratégias de Divulgação em Cartazes¹

Brenda Evna Vieira Guedes PEREIRA²

Nayanna Teófilo PORTELA³

Leonardo Macêdo de PAIVA⁴

Faculdade 7 de Setembro – FA7, Fortaleza, CE

RESUMO

O Cine FA7 tendo como propósito ser um diferencial acadêmico, incentiva os alunos dos diversos cursos da Faculdade 7 de Setembro a despertarem uma visão mais contemporânea do mundo e de seus problemas através do cinema. Tendo em vista a necessidade de divulgação dessa atividade, a Agência Experimental de Publicidade e Propaganda – Brado observou uma oportunidade de aplicar, na prática, os conhecimentos obtidos em sala de aula, através do desenvolvimento de uma campanha que se utiliza de cartazes em série, que por meio de estratégias específicas faz com que estes se destaquem das demais divulgações afixadas na instituição.

PALAVRAS-CHAVE: Agência Experimental; cartaz; Cine FA7; comunicação; publicidade.

1. INTRODUÇÃO

A imagem possui caráter de extrema importância para os diversos meios comunicativos, principalmente o uso da mesma na publicidade.

A experiência visual humana é fundamental no aprendizado para que possamos compreender o meio ambiente e reagir a ele; a informação visual é o mais antigo registro da história humana. As pinturas das cavernas representam o relato mais antigo que se preservou sobre o mundo tal como ele podia ser visto há cerca de trinta mil anos. Ambos os fatos demonstram a necessidade de um novo enfoque da função não somente do processo, como também daquele que visualiza a sociedade. (DONDIS, 2007, p. 7)

No contexto atual, vemos um bombardeio gradativo de informações imagéticas, por parte dos anunciantes das mais diversas mídias, dentre as quais encontra-se o cartaz.

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Agência Junior de Publicidade e Propaganda (conjunto/série).

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, email: ivy_guedes@hotmail.com

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, email: nayanna_teofilo@hotmail.com.

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social, email: fa7leonardo@hotmail.com



Este surgiu nos primórdios do renascimento, mas só a partir da segunda metade do século XV, o mesmo passou a ser reconhecido como criações publicitárias. O cartaz também possui valorização histórica, pois foi um meio muito utilizado em importantes movimentos de caráter artístico e político, como também na história cinematográfica contribuindo para a imagem e o glamour que o cinema possui hoje, conservando informações e a atmosfera da época em que foram feitos.

Na publicidade, essa mídia possui valor estético e funcional, constitui um desafio que busca encontrar um equilíbrio harmonioso entre imagem e texto, entre chamar a atenção de quem passa distante e informar algo a quem já se deteve perante o cartaz, atingindo o objetivo para o qual foi destinado.

A Agência Experimental de Publicidade e Propaganda – Brado faz constantemente o uso de cartazes como alternativa para divulgação na própria instituição, pois além de possuírem grande funcionalidade, estes conseguem atingir grande parte do seu público-alvo, já que a maioria dos trabalhos recebidos pela agência são de departamentos internos da FA7 e destinam-se aos próprios alunos. A Brado, presente no curso desde 2005, simula através da prática o espaço de atuação mercadológica e conta com dez estagiários, divididos nas funções de Atendimento, Planejamento, Direção de Arte, Webdesign e Redação. Produz material publicitário para Organizações Não-Governamentais (ONGs); Instituições e Entidades sem fins lucrativos; empresas do Grupo Educacional 7 de Setembro; a própria FA7 e eventuais parcerias firmadas pelo curso em projetos especiais.

O Cine FA7 é uma iniciativa do NUPECOM (Núcleo de Pesquisa em Comunicação) da Faculdade 7 de Setembro, possui uma programação periódica de exibição de filmes e diretores consagrados pela história do cinema, organiza sua programação de acordo com um tema mensal e é exibido todas às quartas-feiras, em uma sala cedida pela instituição com projeção de áudio e vídeo de qualidade, estando presente na instituição desde 2006. É importante salientar que as sessões do Cine FA7 são válidas como atividade complementar já que o mesmo visa despertar uma consciência crítica e cultural nos alunos, por meio de imagens e signos.

A partir da necessidade do Cine FA7 divulgar suas atividades para a comunidade acadêmica é que a Brado utiliza-se de estratégias tanto no planejamento dos cartazes,



quanto nos locais de exposição dos mesmos, como no layout e diferentes formatos adotados, buscando sempre aumentar o número de alunos frequentadores das sessões.

2 OBJETIVO

Apresentar as estratégias de diferenciação utilizadas na mídia cartaz, bem como o seu processo de construção, para divulgar e atrair maior público para as exposições do Cine FA7 no ano de 2010.

3 JUSTIFICATIVA

Os primeiros cartazes a serem produzidos na história eram feitos em manuscrito e não continham nenhum tipo de imagem. Estes se tornaram mais populares no Brasil por meio do seu uso no cinema, onde, no decorrer do tempo popularizaram-se ainda mais sendo utilizados pelo teatro, política e até empresas com o intuito de disseminar idéias, produtos e acontecimentos. Com o advento e evolução da indústria gráfica, seu processo de reprodução foi facilitado aumentando, conseqüentemente, a sua utilização.

Este meio é constituído, de acordo com o seu objetivo, pela união de imagem e texto, abrangendo um público bastante amplo devido ser um meio que pode ser colocado em inúmeros locais, ao alcance de todos. Além de possuir valoração estética, este possui grande funcionalidade principalmente no âmbito publicitário, fazendo o uso de imagens que chamem a atenção do público onde estas integram-se a textos persuasivos, curtos, possibilitando assim uma fácil compreensão, devido estarem inseridos em locais de grande movimentação de pessoas, necessita chamar atenção por si só.

Sendo uma mídia impressa, que possui o papel como suporte para sua produção, este não tem possibilidade de se trabalhar com movimento e som, porém permite uma diversidade de aplicações, formatos, volumes, cores e cortes especiais, adequando-se ao cartaz através do uso criativo, gerando uma maior visualização dos mesmos, obtendo assim uma maior eficiência na comunicação.

O cartaz além de possuir uma grande importância como mídia, é utilizado na Brado como principal meio de divulgação de seus trabalhos, dentre os quais o Cine FA7, primeiramente devido a instituição manter um convênio com uma gráfica rápida, como também este permite uma maior exploração de suas possibilidades de forma criativa por



parte dos estudantes de comunicação, que são estimulados a exercitarem na prática o fazer publicitário possibilitado pela experimentação acadêmica.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Os cartazes que eram produzidos inicialmente para a divulgação das sessões semanais do Cine FA7, durante o período de 2006 à 2008, eram feitos de forma isolada, sem que houvesse uma preocupação em manter uma unidade entre os mesmos, onde cada filme possuía seu próprio cartaz, apesar de serem subdivididos por temas mensais, o que prejudicava a sua diferenciação diante das diversas publicações fixadas na instituição, dificultando assim a percepção do público alvo. À partir de 2009 os cartazes começaram a ser trabalhados em série, de acordo como é feito normalmente em uma campanha, onde sua divulgação era feita mensalmente, criando, portanto, uma identidade visual para a programação que possuía a mesma temática de acordo com o mês em que eram exibidas. As etapas de produção dos cartazes das edições mensais do Cine FA7 consistiam em produção do briefing, brainstorming, planejamento, produção de conteúdos, elaboração da peça e fixação.

Durante o período de 2010 foram mantidas as mesmas estratégias do ano anterior, porém foram trabalhados mais formas e apliques diferenciados, o que gerou um maior interesse por parte dos alunos, que passaram a observar os cartazes com maior frequência, além de aumentar a participação dos mesmos nas sessões.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Da mesma forma que acontece em qualquer agência publicitária, a elaboração dos cartazes do Cine FA7 partem do **Briefing**, que contém a temática do mês, bem como o nome dos filmes que serão exibidos e seus diretores, além de outras informações que são indispensáveis para a produção dos cartazes.

A partir do colhimento do *Briefing*, acontece a segunda parte do processo de confecção das peças, o que é denominado como **planejamento/brainstorming**. Nessa etapa, reúnem-se estagiários de atendimento, planejamento e direção de arte, que iniciam uma discussão acerca de como será retratada a temática do mês. Como é evidente que o objetivo



da divulgação é atrair público para a exibição dos filmes, os estagiários responsáveis pela criação dos cartazes, buscam apresentar, de forma criativa e direta, as informações necessárias afim de gerar uma percepção positiva pelo público-alvo.

As informações que são obrigatoriamente inclusas nos cartazes são: o nome do filme, diretor, duração, sinopse e as marcas do Cine FA7, NUPECOM, Brado e FA7. Porém, apesar dos cartazes serem impressos sempre no formato A3 (em retrato ou paisagem, dependendo do layout escolhido), a fim de diversificar e diferenciar as peças das outras divulgações espalhadas pela instituição, são adotadas soluções diferenciadas como material, interação com o público, pertinência e adequação com o tema e acabamento do material, que muitas vezes é feito artesanalmente pelos estagiários da agência.

Para a produção do conteúdo, são utilizadas gravuras e ilustrações extraídas de banco de imagens, desenhadas ou produzidas pelos estagiários em estúdio fotográfico. Uma das formas de buscar trabalhar a unidade da série é a partir da produção de cartazes que se destacam por sua originalidade. Depois de criado o layout e devidamente aprovado pelos responsáveis do Cine FA7, o arquivo é finalizado e salvo em formato *.pdf para ser enviado para a gráfica.

Depois de impresso é realizado o acabamento gráfico e a fixação que por sua vez também é utilizada como estratégia de comunicação, pois foi planejada de acordo com a circulação de alunos pelos corredores da faculdade, e sendo assim, foram escolhidos quatro locais específicos e permanentes na instituição, onde o fluxo de passagem é maior, além de gerar um padrão de observação do público que busca informações sobre o Cine FA7 e suas sessões.

6 CONSIDERAÇÕES

Como consequência da divulgação planejada, feita pela Agência Experimental, houve um crescente aumento de audiência nas sessões, o que podemos deduzir que essa reação pode, obviamente, ter acontecido pela utilização sistematizada dos mesmos locais de divulgação no interior da instituição, criando assim, um hábito entre a comunidade acadêmica de procurar nos locais específicos, alguma novidade em relação à programação do Cine FA7.

* Portable Document File. Formato muito utilizado para compartilhamento e distribuição de arquivos mesmo entre sistemas operacionais diferentes.



Um dado que pode comprovar isso é a procura de um dos centros acadêmicos da IES, junto ao NUPECOM, com o propósito de organizar novas sessões em horários alternativos. Dessa forma, é notável que as sessões do Cine FA7 passaram a ser parte da bagagem cultural que o corpo discente adquire ao longo dos anos na instituição.

Além disso, o resultado obtido em relação ao número de espectadores, colabora também para afirmarmos que o aprendizado visto em sala de aula e posto em prática na Agência Brado, pôde proporcionar para os estagiários, que através da aplicação de diferentes técnicas como colagens, volumetria, leis de equilíbrio e a diferenciação de pesos visuais, como cores e tipografia, a vivência de resultados satisfatórios de acordo com o objetivo da campanha.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MOLES, Abraham. **O Cartaz**. São Paulo: Perspectiva, 1987.

DONDIS, A. Donis. **Sintaxe da Linguagem Visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

SANTAELLA, L.; NÖTH, W. **Imagem: cognição, semiótica, mídia**. São Paulo: Iluminuras, 1998.

SANTOS, Silvia Spagnol Simi dos. **O processo de percepção e a cultura visual**. Universidade do Oeste de Santa Catarina, 2008.

SCHIMITT, B. **Marketing experimental**. São Paulo: Nobel, 2002.



Anexo A – Mês do “Rosemberg Cariry” - Abril/2010

CINEFAZ

Mês do **Rosemberg Cariry**

Três Obras do diretor Cariry

07 De abril
Caldeirão da Santa Cruz do Deserto
O documentário faz uma reflexão sobre a política, a liberdade e a luta pela terra contando a história da comunidade do caldeirão.

14 De abril
Corisco e Dada
Corisco sequestrou Dada, então com 13 anos, e fez dela sua mulher e integrante do bando. Enquanto isso é contado por Ze Marinho, chefe de polícia que também perseguiu a fama.

28 De abril
Cine Tabujas
Navega as aventuras do Cego Albuquerque e de sua filha Itacema, cineastas amadores que vagam pelo sertão, procurando fragmentos de velhos filmes sobre a história e a cultura do Ceará.

Todas as quartas-feiras, na sala 556 às 11:00h
Sessões extras de responsabilidade do CA de Direito às 17:00h
Válido como atividade complementar.

FAZ

Anexo B – Mês do “Samba e Futebol” – Maio/2010

CINEFAZ

Samba & Futebol

05/05
Boleiros
Era uma vez o futebol. Boleiros profissionais aposentados ou ainda na ativa, costumam reunir-se regularmente para relembrar fatos vividos e fazer comentários sobre jogos, atletas, times e países.

12/05
Mistérios do Samba
A cantora Marina Monte conduziu uma série de entrevistas que formam um painel do cotidiano e as histórias da Velha Guarda da Portela.

19/05
Garrincha Estrela Solitária
Esse filme mostra as várias facetas de Manoé Garrincha retratadas a partir de lembranças de pessoas que lhe foram muito próximas e que o amaram de diferentes maneiras.

26/05
Cartola Música para os olhos
O filme se baseia em mostrar entrevistas com os amigos, parceiros e pessoas que conviveram com o mestre Cartola.

Todas as quartas-feiras, na sala 518 às 11:00h
Sessões extras de responsabilidade do CA de Direito às 17:00h
Válido como atividade complementar.

FAZ



Anexo C – Mês do “Brasil: Da invenção aos inventores” – Setembro/2010



Anexo D – Mês do “Imagens do Oriente” – Outubro/2010

