



Cartaz: Você pode mudar este olhar¹

Allynny da Silva FARIAS²
Bonfim Flávio de Brito CARVALHO³
Orib ZIEDSON PEREIRA GAMA⁴
Andréa Aparecido Cattaneo MELO⁵
Faculdade Atual da Amazônia, Boa Vista, RR

1 APRESENTAÇÃO

O presente ensaio tem como propósito possibilitar um maior entendimento sobre a criação do Cartaz A3 “**Você pode mudar este olhar.**”.

O **Cartaz** contendo a imagem de um menino índio, destacando o seu olhar, chama a atenção para a questão do desmatamento e suas conseqüências. Em destaque imagens da fauna e flora em harmonia, em contraste com o fogo e destruição. Dando ênfase a bandeira nacional, segurada por uma criança, cujo aspecto sofredor representa a nação brasileira em todos os momentos de crise ambiental e social.

2 OBJETIVOS

Conscientizar a sociedade quanto a importância da preservação do ambiente onde vivemos se torna urgente, indispensável, exemplar incondicional se quisermos falar, escrever e sobretudo viver com qualidade de vida.

Incentivar a preservação ambiental é nosso ideal, mostrando a realidade no contraste da vida e do desmatamento. Despertando em todos, o sentimento de valorização da vida em todos os aspectos.

3 JUSTIFICATIVA

A era da globalização vêm tirando a atenção quanto à preocupação da preservação dos valores naturais do mundo em que vivemos, pois ocorre que numa sociedade capitalista, consumista e de terceiro mundo onde o ter, e o consumir acaba ditando as normas de convivência, e assim fica difícil falar dos valores sócio-culturais como preservação ambiental e patrimonial. Parece que defender estes e outros

¹ Trabalho submetido ao VII Expocom Norte, na categoria C Publicidade e Propaganda, modalidade produto Impresso, como representante da Região Norte.

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da FAA, email: allynny171@gmail.com

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da FAA, email: bonfinflavio@hotmail.com

⁴ Estudante do 3º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da FAA, email: oribziedson@hotmail.com

⁵ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda da FAA, email: cattaneo.andrea@gmail.com



princípios semelhantes fica contra-mão, às avessas. Porém não se pode deixar que outros fundamentos embasem os princípios universais da educação, do cuidado, da preservação da vida por meio do ambiente, do patrimônio e da história.

Várias outras tentativas de despertar no ser humano a importância do valor à vida vem sendo desenvolvidas por órgãos nacionais e internacionais, no entanto a população parece estar inerte e observa tudo de forma apática e sem rumo. Não há atitudes que promovam a busca pela melhoria, pelo respeito à vida em todas as suas nuances.

Neste sentido, entendemos que provocar essa conscientização utilizando o cartaz como meio para explorar tão importante mensagem, seja em um primeiro momento, a decisão mais indicada, afinal como veículo impresso é possível dedicar mais tempo à leitura e à compreensão sobre tudo o que é abordado ali. Por outro lado, a possibilidade do uso de imagens, e sua manipulação, proporcionam maiores possibilidades para a abordagem de tema tão único, mensagem esta que pode ser explorada em todos os lugares e em qualquer momento, seja, em palestras, debates, seja na própria sala de aula.

Refletir sobre o papel de cada ser humano na preservação do meio ambiente significa refletir sobre a importância da vida, o que não pode ser feito unicamente através do lampejo dos 30” da televisão, nem através do rádio, mas fazendo uso de informações e imagens impactantes que levem à reflexão e a uma ação imediata em prol da natureza e da vida. A publicidade em cartaz “atinge clientes em potencial no ponto de venda; a comunicação é rápida e simples e a repetição é fácil em áreas de muito trânsito (KELLY, 2006)⁶.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O Briefing

Após um levantamento inicial sobre as diversas abordagens quanto a importância da preservação do meio ambiente e das diversas ações realizadas anteriormente pela mídia para despertar na população a importância de cada um no processo, entendeu-se como fator determinante, trabalhar com uma mensagem que fosse impactante e ao mesmo tempo direta. Uma mensagem que trouxesse de imediato uma reflexão sobre a atuação de cada pessoa enquanto agente do processo de preservação. Para isso, pensou-se em uma criança com futuro comprometido, que talvez não possa chegar a ser um adulto que venha a conviver e desfrutar das riquezas naturais da terra em um ambiente saudável onde a fauna, a flora, as fontes de águas doces talvez não resistam até lá. Isso, devido ao descaso da humanidade. A criança é símbolo máximo do futuro de uma sociedade, existindo então como o mesmo conceito coletivo, o senso comum.

⁶ KELLEY, Larry D. JUGNHEIMER, Donald W. **Uma visão de mídia para gestores de marca**. Trad. AZEVEDO, Dinah de Abreu. São Paulo: Nobel, 2006.



A idéia

Diante das questões indígenas tão abordadas na mídia, demarcação de áreas, preservação cultural versus o desenvolvimento social, a criança a ser utilizada na mensagem, não poderia ser qualquer criança, mas que representasse o início da humanidade, um índio. O enfoque deveria estar no olhar e em todos os sentimentos que ele possa transmitir.

Juntamente com essa criança deveriam estar contempladas no cartaz, todas as outras formas de vidas, das quais essa criança e futuro homem formado, depende diretamente para sobreviver.

Para a escolha dos animais, foi decidido trabalhar com a arara, representando a extinção das aves, o contrabando e desrespeito à fauna. Também era importante contemplar a importância da água para o planeta, assim o rio que aparece no cartaz, é o Rio Branco, representando o Estado de Roraima e todos os mananciais da terra.

A bandeira nacional utilizada na peça, foi usada para remeter que um país deve ser de e para todos e não de apenas alguns. Que um país, representado por esta bandeira, deve proteger e preservar seu legado, sua história, mas que um país é feito por todos e não apenas pela minoria representada da forma que seja. A foto da criança com a bandeira foi tirada no lixão, a bandeira servindo como uma cortina para protegê-la do sol. E assim deve ser um país, que luta, que protege, que preserva sua nação. (Anexo I)

Técnicas Utilizadas:

1º Para a compor esta peça publicitária foram utilizadas fotografias de produção jornalística.

2º A foto do garoto encostado na bandeira nacional foi tirada no antigo lixão da cidade de Boa Vista, a bandeira servia como cortina para proteger do sol. Para essa fotografia utilizou-se uma máquina analógica profissional marca Nikon modelo F90X, com uma lente 35x135mm, sem filtro e se valendo apenas da luz natural.

3º A foto do fogo foi feita durante o verão de 1998, em uma época de grande queimada no estado, sendo utilizado o mesmo equipamento citado anteriormente.

4º Para as outras fotos foi usada uma máquina digital de 6.3 megapixels, marca Nikon modelo D70s, com uma lente 17x70mm, não utilizou-se nenhum tipo de filtro especial para compensação de luz, aumento de contraste ou luz artificial. Levando em consideração que a posição geográfica do estado junto a linha do equador proporciona uma luminosidade limpa, destacando assim os detalhes de cor e beleza da natureza.



5º A criação do cartaz, do tipo A3, usou-se alguns principais recursos do Software Photoshop C2A, tais como:

a) Foi colocado as imagens fotográficas em cada camada, em seguida foi aplicado as fotografias da fauna e flora no rosto da criança colocando em destaque também as imagens do fogo e destruição. Com as fotografias exposta no rosto da criança posteriormente foi usada e ferramenta do tipo layer (camada), seguida foi clicado no ícone adicionar máscara de vetor quer serviu para adicionar em segundo plano as imagens, em do rosto da criança.

b) A ferramenta pincel B também foi utilizada, com diâmetro mestre de 200 px com dureza 0 e opacidade de 20%. Essa ferramenta serviu para definir as imagens no rosto, colocando em ordem as imagens de acordo com perfil do rosto da criança.

6º O trabalho foi salvo no formato do tipo A3. Selecionou-se a ferramenta de retângulo U, de cor preta, para ser colocado abaixo da imagem do rosto. Depois foi selecionado a ferramenta texto para ser feito as partes textuais da frase em cima do retângulo, utilizando a fonte Arial Black de cor branca no tamanho da fonte 54.

O cartaz deve ser confeccionado em papel couchê translúcido gramatura 120 kg e disponibilizado em escolas, ponto de ônibus, bibliotecas, restaurantes, lanchonetes de forma atinja o público de jovens e adultos a partir de 18 anos de idade.

REFERÊNCIAS

KELLEY, Larry D. JUGNHEIMER, Donald W. Uma visão de mídia para gestores de marca. Trad. AZEVEDO, Dinah de Abreu. São Paulo: Nobel, 2006.



Anexo I



Cliente: Faculdade Atual da Amazônia
Produto: Cartaz A3



VOCÊ PODE MUDAR ESTE OLHAR.

UMA INICIATIVA



Espécie: Cartaz do tipo A3
Título: Você pode mudar este olhar.
Curso: Publicidade e Propaganda
Faculdade: Atual da Amazônia
Orientador(a): Andréa Aparecida de Melo Cattaneo
Acadêmicos: Allymy da Silva Farias
Sofim Flávio de Brito Carvalho
Oris Zedson Peretti Gama