



## **CARTAZ XII AMAPET 2009<sup>1</sup>**

Alber Pascoal PEREIRA<sup>2</sup>  
Samara Silveira dos PASSOS<sup>3</sup>  
Luiza Elayne Azevedo LUÍNDIA<sup>4</sup>  
Universidade Federal do Amazonas

### **RESUMO**

O veículo impresso cartaz XII Amapet 2009 teve por intuito a divulgação do evento que possuía o tema Responsabilidade Social e Ambiental. Em vista desse fato tanto a marca do evento, uma folha, foi criada para simbolizar a união entre os grupos PET do Amazonas e consequentemente, baseado nessa marca o cartaz possuía uma muda de planta juntamente com uma criança, em uma mão que os protegia, supostamente essa mão seria as mãos dos grupos PET, demonstrando assim a responsabilidade social e ambiental dos mesmos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Cartaz; comunicação; divulgação; evento.

### **INTRODUÇÃO**

O veículo cartaz é comumente utilizado para divulgação de eventos, produtos, serviços, empresas, dentre outras possibilidades de uso. É uma forma eficaz de divulgação, pois, transmite uma ideia sucinta do seu evento, produto, serviço, para qual faz a propaganda.

Por esta razão foi esse o tipo de veículo de comunicação escolhido como principal ferramenta de divulgação do XII Amapet 2009.

### **OBJETIVO**

O objetivo do presente trabalho é explicitar as características, os métodos, técnicas utilizadas para a criação do cartaz do XII Amapet 2009 (Encontro dos Grupos PET do Amazonas). Justificar motivos de cada imagem, fazer uma descrição do produto e dos processos utilizados.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Cartaz (Avulso).

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e acadêmico do 5º período do curso de Comunicação Social – Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas – Ufam . Bolsista do Programa de Educação Tutorial de Comunicação – PETCom. Membro do Grupo de Pesquisa e Estudos em Comunicação Social – GEPECS - E.mail: alber\_pascoal@hotmail.com

<sup>3</sup> Acadêmica do 3º Semestre do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas.  
E-mail: sam.silveira@hotmail.com

<sup>4</sup> Dr.<sup>a</sup> em Ciências Sócio Ambiental, jornalista, professora titular do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas – Ufam - Tutora do Programa de Educação Tutorial de Comunicação Social – PETCom. Líder do GEPECS. E. mail: luindia@ufam.edu.br



## **JUSTIFICATIVA**

O produto cartaz foi escolhido por ter uma abrangência maior perante o público em geral, ter maior facilidade de acesso ao seu conteúdo e pode ser veiculado em todo espaço oportuno. Outra motivação foi a possibilidade de mostrar o conteúdo do cartaz que faz referência a um tema em grande evidência que o meio ambiente, o que aumenta a relevância do cartaz perante o público.

## **MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Os métodos e técnicas utilizados foram a utilização primeiramente do programa Photoshop CS4 para a criação da arte, através do mesmo surgiu a ideia de utilização de uma ferramenta do programa chamada pincel para criar um efeito de aquarela nas cores verde e preta.

## **DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

Inicialmente para a descrição do produto cartaz propriamente é necessário a descrição da marca criada para o evento XII Amapet 2009.



Figura 1. Marca XII Amapet 2009

A marca do evento XII Amapet 2009 (Encontro dos Grupos PET da Ufam) – Responsabilidade Social e Ambiental naturalmente foi criada com no seu tema. A partir de conceito de evento voltado para a temática ambiental pensou-se em uma folha de árvore como logomarca, e o verde como cor principal. Sabendo-se que o encontro conta com a presença de 12 grupos PET da Ufam buscou-se representar esse número de alguma forma e decidiu-se por colocar 12 relevos existentes simbolicamente em uma folha. A fonte principal chamada “*Edo*” foi escolhida por ser uma fonte “manual”, ou seja, como se fosse escrita com a mãos, para remeter a ideia de união dos participantes do evento e humanização da marca. Por não ser um evento de conhecimento de todos as pessoas e por se tratar de uma sigla “Amapet”, se achou necessário a utilização a descrição do seu nome, daí a legenda “Encontro dos Grupos PET da Ufam” em um retângulo preto para destacar e diferenciar do tema do evento que vemos escrito logo abaixo.

Com base nas características da logomarca do evento foi criado o cartaz, que teve na parte superior a logo do evento, o tema com maior destaque logo abaixo, a data do evento, local e endereço na *web* para inscrições, todas essas informações com a fonte auxiliar da marca “*Myriad Pro*” para facilitar a legibilidade do leitor. A imagem principal trata-se do atrativo visual do cartaz, que é uma mão com a silhueta de uma criança segurando uma muda de planta nas mãos. A mão e a muda têm o efeito de aquarela, já a criança não possui esse efeito para ficar em maior destaque. As cores e efeitos partiram do mesmo princípio da logo, para ficar uma coerência entre ambas. A mão representaria todos os grupos PET da Ufam que estenderiam as mãos para a comunidade através de projetos de extensão, sejam eles sociais e/ou ambientais. A criança logicamente simbolizaria o social e a muda de planta seria o ambiental e o detalhe segurando a muda nas mãos transmitiria a ideia e união e coesão entre o social e o ambiental e mão seria a base para esses dois modos de interação entre universidade e comunidade. A parte inferior do cartaz possui como todo e qualquer veículo impresso, os realizadores do evento e patrocinadores, mesmo com essa padronização existente, buscou-se uma característica única que foi a barra divisória entre conteúdo do cartaz e entidades envolvidas na realização e patrocínio, pensando nisso foi utilizado mais uma vez o efeito de aquarela, pincel, que já se tornou característico da arte criada para o evento. O fundo branco foi idealizado para transmitir o conceito de economia e ser coerente com a temática que é responsabilidade social e ambiental, além disso, se torna de fácil entendimento e limpo do ponto de vista visual.



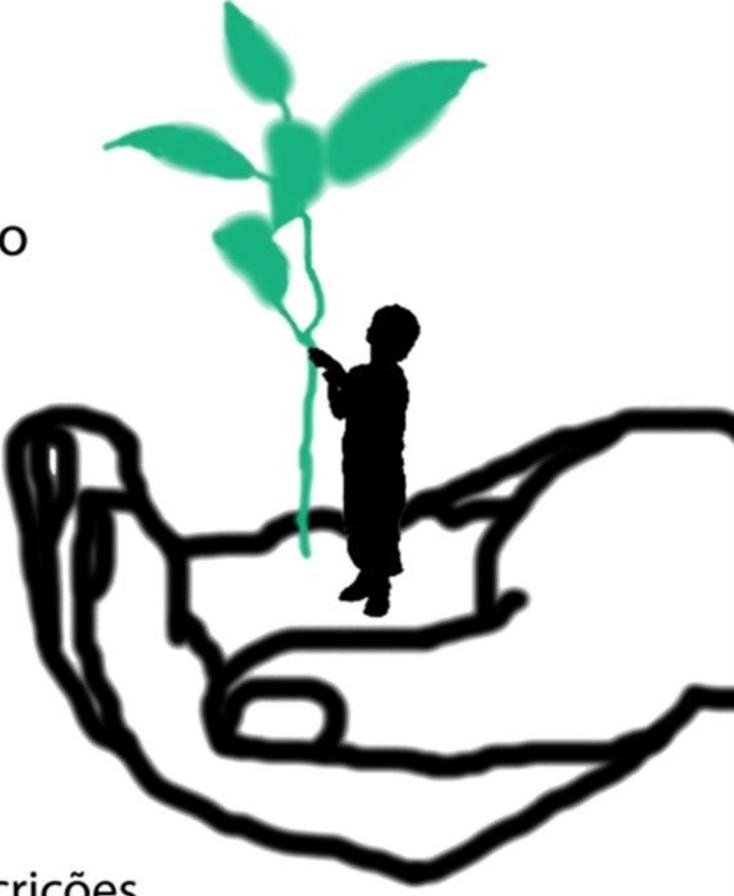
# XII AMAPET

**ENCONTRO DOS GRUPOS PET DA UFAM**

## Responsabilidade Social e Ambiental

24 e 25  
de Novembro

Auditórios  
Rio Negro e  
Rio Solimões



Informações e inscrições  
[www.petcom.ufam.edu.br](http://www.petcom.ufam.edu.br)

Realização:



**Grupos PET - UFAM**



Patrocínio:



Figura 2. Cartaz XII Amapet 2009



## **CONSIDERAÇÕES**

O presente trabalho buscou elucidar as etapas da criação do cartaz para o evento XII Amapet 2009, mostrando os objetivos, os métodos e técnicas utilizados e principalmente o que representava cada imagem e característica contidas no cartaz com o intuito de detalhar e compartilhar todo o processo de criação desse veículo de comunicação dirigida chamado cartaz.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

FORTES, W. G. **Relações Públicas**: processo, funções, tecnologia e estratégia. São Paulo: Ed. Summus, 2003.

KUNSCH, M. K. **Obtendo resultados com Relações Públicas**: como utilizar adequadamente as relações públicas em benefício das organizações e da sociedade em geral. São Paulo: Ed. Pioneira Thomson Learning, 1997.