

Faber-Castell: Colorido de Verdade¹.

Gabriel de Aguiar SOUZA²
Bruna Nayara Ruthes³
Jefferson PIONTKOSKI⁴
Márcio José Ramos Gonzaga Junior⁵
Felipe Colvara TEIXEIRA⁶
Deivi Eduardo OLIARI⁷

Centro Universitário Leonardo da Vinci - UNIASSELVI, Indaial, SC

RESUMO

O cartaz é peça importante para a comunicação de massa e pode trazer grandes resultados quando tem por objetivo a informação e a aproximação da mesma com o público. A campanha “Colorido de Verdade” tem como finalidade promover a interação de crianças com o lápis de cor e papel, destacando a importância e o companheirismo que o mesmo pode oferecer. A elaboração do cartaz surgiu de uma proposta de trabalho interdisciplinar desenvolvido nas disciplinas de Língua Portuguesa, Comunicação Comparada, Fotografia e Deontologia e Legislação de Publicidade e Propaganda, no segundo semestre de 2011.

PALAVRAS-CHAVE: Cartaz; Crianças; Faber- Castell; Lápis.

INTRODUÇÃO

Cartazes e pôsteres vêm caminhando lado a lado durante muito tempo. Eles se diferem basicamente na sua essência, enquanto o cartaz possui um valor informativo e funcional, o pôster possui um valor muito mais estético e decorativo.

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade de Cartaz.

² Aluno líder e estudante do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda - UNIASSELVI, email: byeldesouza@hotmail.com.

³ Estudante do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda - UNIASSELVI, email: bruhh_nayara@hotmail.com.

⁴ Estudante do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda – UNIASSELVI.

⁵ Estudante do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda - UNIASSELVI, email: marciogonzagajr@gmail.com.

⁶ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda - UNIASSELVI, email: felipecolvara@gmail.com.

⁷ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda - UNIASSELVI, email: prof.deivi@yahoo.com.br.

A vantagem na criação do cartaz, em comparação com o anúncio, é que se pode abusar de formatos e quantidade de cores. Apesar de, em alguns casos ser considerado como meio de apoio, o cartaz precisa vender uma idéia, produto ou serviço. (CESAR, 2006, p 50).

OBJETIVO

A elaboração do cartaz surgiu de uma proposta de trabalho interdisciplinar desenvolvido nas disciplinas de Língua Portuguesa, Comunicação Comparada, Fotografia e Deontologia e Legislação de Publicidade e Propaganda, no segundo semestre de 2011. Pretende atingir crianças que tem cada vez mais acesso as novas tecnologias e desta forma, acabam deixando de lado, o método tradicional, esquecendo-se o valor de tudo que possa ser feito à mão. Tem por objetivo resgatar valores e aspectos positivos do contato com o lápis, caneta, e papel para o crescimento e desenvolvimento da criança.

JUSTIFICATIVA

A maior parte das propagandas e campanhas publicitárias destinadas ao uso do lápis fazem referência a volta às aulas, e utilizam-se de textos pouco persuasivos e envolventes.

O cartaz “Colorido de Verdade” busca um novo conceito: O de interação com seu público-alvo, pois utiliza-se de cores fortes e palavras que provoquem a sensação de conforto e desejo de estar próximo daquilo que se propõe, incentivando uma nova visão do produto, relacionando-o a uma ferramenta não só escolar, mas igualmente de uso lúdico.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para a realização da fotografia utilizada no cartaz foram utilizados: Câmera Nikon, modelo D-3000 AF-S DX NIKKOR 18-55 mm f/3.5-5.6G VR. Dados Técnicos:

ISO: 200; Abertura de Diafragma: f22; Velocidade de Obturador: 1/250; Iluminação de estúdio, flash de natureza direta, qualidade dura e posição superior. Para o tratamento da imagem e finalização do anúncio, utilizou-se *Software Adobe Photoshop CS 4*.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Desde o início da elaboração do cartaz, o desejo estava não somente em apresentar um anúncio, mas poder construí-lo, desde a produção da foto até a finalização, edição e redação de todo ele.

Ao fundo apresentam-se imagens e palavras de motivação, produzidas pelos autores do cartaz, representando o desenvolvimento e as varias fases do crescimento de uma criança. Os tons azuis e vermelhos bastante utilizados remetem à paixão e imaginação presentes em vários estágios da vida.

Farina (1990, p 195) defende que “... é fácil deduzir a importância que a cor, colocada no cartaz, tem em relação à captação da atenção do indivíduo.”

A mensagem remete as etapas marcantes, desenvolvendo um sentimento de confiança em seu companheiro lápis, que estará a disposição, seja para um rabisco na infância, como para a elaboração de uma carta para seu primeiro amor, geralmente revelado no início da adolescência, traz também o conforto de uma decepção, desabafada em versos ou desenhos guardados.

Os signos utilizados, como o casal envolvido em um coração, as nuvens e uma pequena parte do sol, as palavras como “Viva”, “Sonhe” e “Realize” e os lápis, canetas e giz-de-cera, remetem a tudo que é dito na frase colocada ao centro, cada signo de seu contexto traz consigo um significado/significante.

Williams (1995, p 26) sugere que “se as informações estiverem organizadas, o texto será mais fácil de ler e de memorizar.”

Abaixo, imagens da produção e fotografia do cartaz e versão final:



Figura 1 - Produção do cartaz

Fonte: Os autores.



Figura 2 – Produção fotográfica

Fonte: Os autores

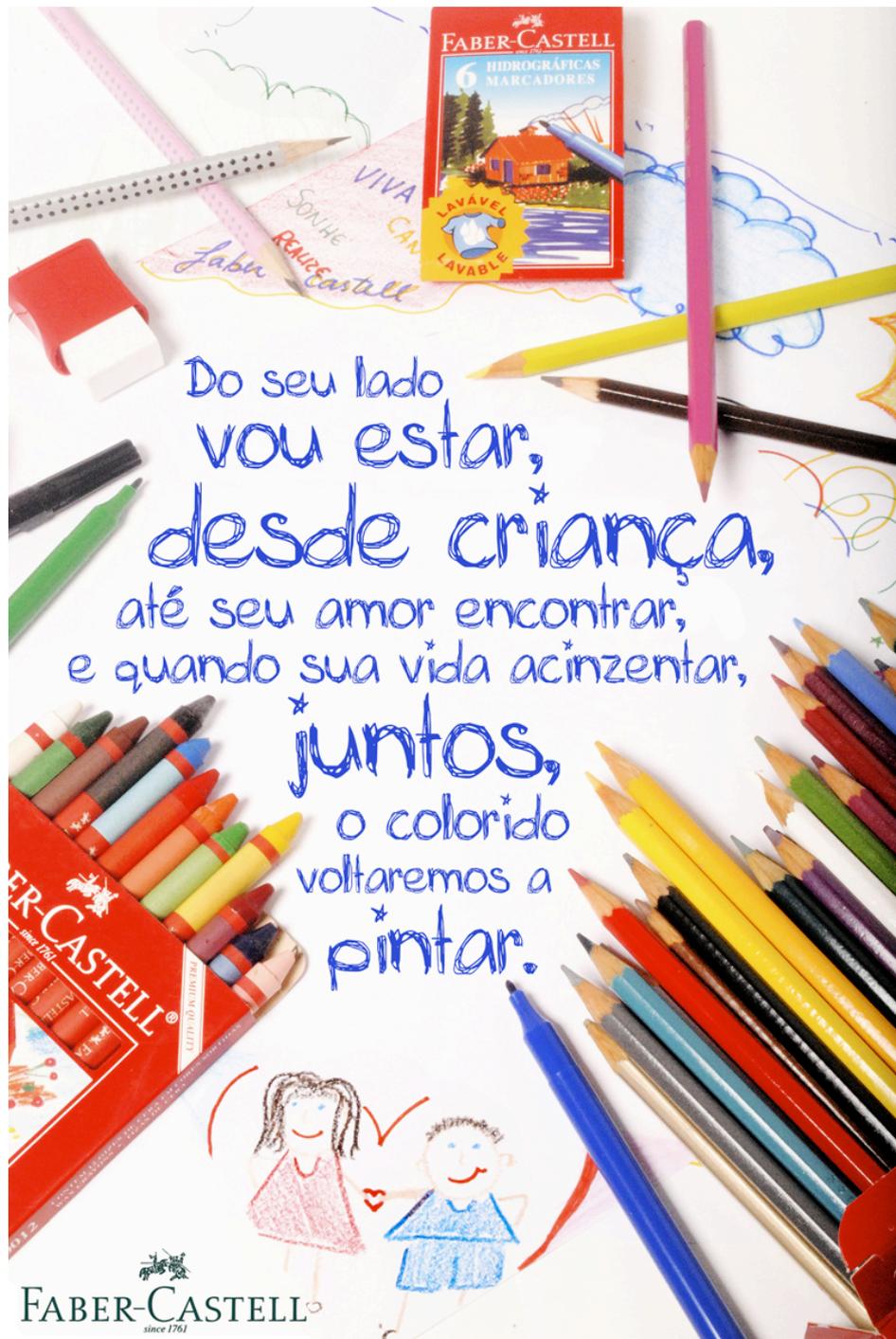


Figura 3 – Versão Final

Fonte: Os autores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CESAR, Newton. **Direção de Arte em Propaganda**. 8 ed. Brasília: Editora SENAC, 2006.

FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das Cores em Comunicação**. 4 ed. São Paulo: Edgard Blücher, 1990.

FIGUEIREDO, Celso. **Redação Publicitária, Sedução Pela Palavra**. São Paulo. Editora: CENGAGE LEARNING, 2005.

WILLIAMS, Robin. **Design para quem não é Designer**. 6 ed. São Paulo: Callis, 1995.