



Encontro Inter-regiões - Sul

Região Sul - Evento virtual
De 1 a 31 de outubro de 2020



EXPOCOM - RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO

INSCRIÇÃO	00339
INSTITUIÇÃO	Escola Superior de Propaganda e Marketing
CAMPUS	Porto Alegre
CIDADE	Porto Alegre
UF	RS
CATEGORIA	PP
MODALIDADE	PP10
TÍTULO	Se desligar também é se conectar
ESTUDANTE-LÍDER	Renata Rizzatti Filipini
CURSO ESTUDANTE-LÍDER	Publicidade e Propaganda

COAUTOR(ES)/ ORIENTADOR(ES) CURSOS:

Giovanni Tavares Pereira (Escola Superior de Propaganda e Marketing); Catia Schuh Weizenmann (Escola Superior de Propaganda e Marketing); Anny Baggiotto (Escola Superior de Propaganda e Marketing); Manoela Leal Trava Dutra (Escola Superior de Propaganda e Marketing); Andressa Dalpiás Scheffer da Silva (Escola Superior de Propaganda e Marketing); Julia Prestes da Silva (Escola Superior de Propaganda e Marketing); Maria Eduarda Moschen Gandara (Escola Superior de Propaganda e Marketing); Victoria Emmanuelle Martins Kossmann (Escola Superior de Propaganda e Marketing)

DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO:

Partindo de um propósito em comum que visa a superação do próprio aluno, o trabalho Criatlo faz uma analogia aos triatlôs, eventos atléticos que trazem modalidades esportivas diferentes, que colocam a prova as habilidades dos competidores. Nesse caso, o nome foi adaptado para simbolizar a união de quatro cadeiras criativas, do curso de Publicidade e Propaganda da ESPM Porto Alegre, para entregar aos alunos um mega-briefing para ser desenvolvido e entregue ao final do semestre, englobando as disciplinas de Redação, Direção de Arte, Fotografia Publicitária e Produção Audiovisual. Assim, o tema do desafio proposto pelo Criatlo aos estudantes do quarto semestre, trouxe uma importante discussão sobre o acesso às tecnologias de comunicação por parte das crianças, tendo como cliente a Unicef (Fundo das Nações Unidas para a Infância). O problema de campanha a ser solucionado trata-se de alertar pais e responsáveis de crianças de 0 a 12 anos, faixa-etária indicada pela Unicef, que o uso inadequado de recursos eletrônicos pode trazer sérios danos ao desenvolvimento infantil, uma vez que as facilidades proporcionadas pelo uso dos eletrônicos são evidentes, mas por outro os riscos e os possíveis prejuízos não são exatamente percebidos de imediato. Segundo o Manual de Orientação da Saúde de Crianças e Adolescentes na Era Digital, da Sociedade Brasileira de Pediatria (2016), estudos científicos comprovam que o uso precoce e de longa duração da tecnologia pode "causar dificuldades de socialização e conexão com outras pessoas e dificuldades escolares; a dependência ou o uso problemático e interativo das mídias causa problemas mentais, aumento da ansiedade, violência, cyberbullying, transtornos de sono e alimentação, sedentarismo, problemas auditivos por uso de headphones, problemas visuais, problemas posturais e lesões de esforço repetitivo (LER)"; entre outros problemas. Ainda, a SBP orienta pais e responsáveis sobre a condução do uso desses aparelhos, lembrando que é preciso regras e limites claros, e que esses adultos são um modelo de referência, sendo de extrema importância que deem o primeiro exemplo e também se desconectem. Dado o briefing e informações para conhecimento do tema, ao final do semestre os grupos deveriam entregar uma estratégia de comunicação integrando os meios online e offline, contendo um anúncio página dupla de jornal, um outdoor, um vídeo com formato e tempo livre, um cartaz A4, as peças a serem utilizadas na campanha digital e uma ação de guerrilha que pudesse ser transformada em videocase para fazer parte da campanha digital. Neste trabalho em questão, traremos todo o processo de desenvolvimento do cartaz A4 da campanha Se desligar também é se conectar.

DESCRIÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS:

Iniciamos as pesquisas para o desenvolver do projeto tendo em mente que deveria ser uma campanha social. O fotógrafo Oliviero

Toscani (1996), em seu livro *A publicidade é um cadáver que nos sorri*, propõe a ideia de uma publicidade mais realista e que fosse capaz de transformar a sociedade, que leve as pessoas a uma reflexão. No processo de criação de um slogan, optamos por trazer a reflexão: os momentos de maior conexão entre as pessoas acontecem quando os celulares estão desligados, e sintetizando isso em uma frase para ser utilizada na campanha criamos "Se desligar também é se conectar". Para desenvolver um cartaz eficiente, seguimos a ideia de Abraham Moles (2005), que determina seis funções perante a sociedade de consumo para essa modalidade de propaganda: 1. A principal função do cartaz é transmitir informação, sendo ela política ou comercial. 2. Fazer o bom uso da persuasão através da publicidade além de utilizar imagens que chamem a atenção dos transeuntes a fim de despertar curiosidade sobre a peça. 3. O cartaz com sua função educadora, é considerado um produtor e transmissor de cultura devido ao fato de ser um meio de comunicação para todos sem censura. 4. Pelo fato do cartaz ser fixado em ruas ou outros locais de grande fluxo de pessoas, ele passa a colaborar com o ambiente o qual se encontra, pois, a mensagem que ele transmite passa a ser o que a cidade quer comunicar. 5. A estética é um fator importante para que o cartaz possa agradar visualmente o leitor, que por sua vez pode-se desenvolver em relação à massa outro papel a parte do que ele tem a transmitir. 6. A criatividade é um quesito de extrema importância para que seus criadores possam explorar novos caminhos em busca de entreter e informar o leitor. Considerando as determinações de Moles, focamos em um cartaz que educasse o público, que interagisse com o meio onde estivesse inserido, colaborasse com esse ambiente e que fosse visualmente agradável e criativo, já que precisamos chamar atenção do público. Dando menos importância para as funções comerciais do cartaz, já que nosso projeto não envolve a venda e promoção de um produto, mas de uma ideia. Pensando em algo criativo e que chamasse atenção do público, a ferramenta do QR CODE pareceu apropriada para tornar o cartaz mais atrativo. Esse recurso é um código de barras bidimensional que assim como o nome já diz, Quick Response Code, que traduzido para português significa "Código de Resposta Rápida", tem o objetivo de ser lido rapidamente por um equipamento e entregar informações de qualquer tipo (DENSO WAVE, 2020). Além disso, utilizando um recurso personalizável como esse seria possível criar a interação com o ambiente que estávamos procurando. Alinhando criatividade com nossos objetivos de transformar o cartaz em uma peça atrativa para o público, surgiu a ideia de criar a ferramenta do QR Code utilizando brinquedos de construção coloridos popularmente conhecidos pela marca dinamarquesa Lego. Chamando a atenção do público com nosso cartaz inusitado, seria necessário passar a reflexão através do conteúdo do código, que foi pensado para interagir com o ambiente. Sendo assim, trazendo a ideia da diversão nos Legos, na chamada estaria o questionamento "Procurando diversão?" instigando o público a abrir o QR CODE, dando acesso à frases de conscientização como "Que tal trocar o celular do seu filho por uma volta de bicicleta?" dando a possibilidade do conteúdo interagir com as áreas onde o cartaz estiver instalado. Trazendo o conceito que a tecnologia tem sim seus benefícios, inclusive a peça adere este recurso, mas não quando utilizada em excesso. O cartaz seria colocado em ambientes de convívio familiar, onde podemos encontrar nosso público alvo como parques, orlas, praças e quadras esportivas, locais onde existam opções de brincadeiras offlines para as crianças, que serão propostas pelo conteúdo do QR CODE.

DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO:

A fim de concretizarmos o planejamento e as pesquisas elaboradas, utilizamos alguns métodos e técnicas durante a produção. Inicialmente foi utilizado o site QR Code Generator para gerar um QR Code, o qual foi configurado para que quando aberto fosse direcionado para um site montado com a ferramenta Adobe Spark. Após a geração do QR Code, ele foi impresso em uma folha de tamanho A3, servindo de base para que o fosse montado com Legos do modelo Classic. Após a montagem, foi realizada a fotografia do QR Code em estúdio, com uma placa de madeira como base para que na foto trouxesse impressão de ser o chão. Utilizou-se a câmera Nikon D3 de lente teleobjetiva 80-200mm F/2.8, a iluminação da foto foi executada com uma luz Flash Mako de potência 4004 sob um tripé Dolly. A iluminação foi feita de forma com que a luz fosse refletida indiretamente no cenário, pelo fato de que não poderíamos criar sombras na imagem. Para captar-se a imagem em um ângulo visto de cima, o grupo deslocou-se para o segundo andar do estúdio, de forma com que capturasse em um ângulo de mergulho, conforme o resultado mostrado na imagem 4. Para o tratamento da imagem foi utilizada a ferramenta Adobe Photoshop, nele remontamos o QR Code para que as peças coloridas ficassem brancas de forma com que a câmera do celular pudesse captar o código e lê-lo corretamente, como mostram as figuras a seguir. Com a imagem manipulada, finalizou-se a edição de cores, luz e contraste com a ferramenta Lightroom. O Adobe Illustrator foi utilizado para a montagem do cartaz, o qual é o destino de redirecionamento do QR Code, com a fonte Cocogoose para o título "Procurando diversão?", como mostra a imagem. Por fim, tendo em vista o objetivo de atingir os responsáveis das crianças e através de um questionamento, como já dito anteriormente, o cartaz traz consigo, através do QR Code sugestões de ações que substituem a tecnologia, proporcionando outras soluções aos pais. Assim pois, acredita-se que melhor do que motivar famílias a evitarem o uso abusivo de aparelhos eletrônicos, seja trazer soluções práticas para oferecer a uma geração com uma grande tendência à alienação.