

Ilustração¹

Camillo Emanuel de Albuquerque Alves Silva²

Diago Savio Moraes de Mello Sucar³

Éricson Alexandre Bezerra Estevam⁴

Fábio José da Silva⁵

Universidade Potiguar – UnP, Natal, RN

Resumo

O Prêmio Cocoricó estimula os alunos do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Potiguar (UnP) a criarem peças publicitárias de cunho social para serem avaliadas por um público seletivo do mercado publicitário natalense, que reúne diretores de criação, diretores de arte, redatores e donos e agências para compor um júri. A Agência Potiguar de Comunicação (uma agência escola), que funciona dentro da UnP, ficou responsável pela divulgação deste evento cujo o tema proposto foi “Sexo Seguro”. Uma ilustração compunha o cartaz de divulgação, que foi apresentado aos alunos do curso de publicidade e propaganda. Esta foi excelente oportunidade para os discentes aliarem teoria e prática dentro do ambiente acadêmico. No ano 2012 pudemos construir diversas peças e campanhas para os mais diversos cursos da Universidade Potiguar exporem suas produções do tripé educacional: Ensino, Pesquisa e Extensão. Assim, as produções passaram a ser vistas pela comunidade acadêmica: docentes e discentes. Agência deixou de ser apenas um espaço de aprendizado para locus profissional de produção das mais diversas peças para os eventos acadêmico-científicos.

Palavras- Chaves: Prêmio Cocoricó, Agência Escola, Sexo Seguro.

1. Introdução:

A Agência Potiguar de Comunicação (APC) é a Agência Escolar da Universidade Potiguar, com uma estrutura de uma agência pequena para poder oferecer serviços de comunicação para os cursos da UnP. Sua formação é composta por alunos do curso de

¹ Trabalho apresentado no XX Prêmio EXPOCOM/2013

² Estudante do Curso de Publicidade e Propaganda – UnP/RN

³ Estudante do Curso de Publicidade e Propaganda – UnP/RN

⁴ Aluno Líder. E-mail: ericsonalle@gmail.com

⁵ Professor Orientador – UnP/RN

Publicidade e Propaganda, Jornalismo, Cinema e Design; e professores que orientam nossos trabalhos. A APC foi criada para que os alunos interessados possam ter contato de como funciona e estrutura uma agência de publicidade real, ela planeja e cria peças para divulgar algumas datas comemorativas ou eventos internos da instituição ou instituições de fins filantrópicos.

O curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Potiguar promove todo final de ano paralelo às apresentações de trabalhos de conclusão de curso de seus alunos o Prêmio Cocoricó, um concurso que incentiva a criação de peças publicitárias a respeito de um tema proposto, geralmente tema esse de cunho social. Essas artes são expostas e um júri popular avalia as peças e o evento premia as mais votadas nas categorias Outdoor Simples, Outdoor Especial e Anúncio Impresso.

No ano de 2012, o tema do Prêmio Cocoricó foi “Sexo Seguro” e a Agência Potiguar de Comunicação ficou responsável de divulgar esse evento para o público alvo e incentiva-los a participar através de um cartaz com ilustração. A lustração tinha que agradar e transmitir a ideia proposta.

2. Objetivo

O objetivo especifica da ilustração é fazer com que instantaneamente os alunos identificassem à temática proposta e despertasse a vontade de participar ao aplicar em um cartaz.

3. Justificativa

Segundo CESAR (2006) Inovação se apropria de uma palavra chamada medo, ou as pessoas entendem ou não entendem o que pode gerar uma contradição no ramo publicitário, pois a publicidade deve ser um caminho de via única, de único entendimento, pois isso que inovação por muitas vezes é à adequação de valores antigos transformados para uma nova realidade, isso nos leva a uma grande probabilidade de um acerto comunicativo. Entendemos isso como fazer o novo imprescindível do saber antigo.

A forma minimalista foi utilizada para atingir o público jovem de uma forma cômica sem perder a seriedade da importância da campanha a qual a ilustração foi proposta. A inovação está em trazer para a realidade da sexualidade, o mascote do curso de publicidade e propaganda de uma forma ingênua trazendo essa identificação de falta de conhecimento do uso de preservativos pelos jovens. Desta união foi criado um poder simbólico para despertar o interesse pelo conhecimento da sexualidade para a partir daí gerar uma prevenção espontânea sobre as doenças que o preservativo ajuda a prevenir. Deixando a todo o momento os jovens publicitários cientes da temática do evento e o direcionamento de seu público alvo para obtenção dos resultados da elaboração de suas peças.

Esse arquétipo da publicidade e propaganda utilizou de cores representativas e que chamam a atenção com a finalidade de aproximação da identificação do personagem que existe no subconsciente de cada indivíduo.

4. Métodos e técnicas utilizados

Sobre a ilustração foram feitos os primeiros rabiscos em folha branca com grafite até chegar a um esboço gráfico para ser utilizado como base na vetorização do projeto final. O desenho em grafite foi digitalizado e passou por equilíbrio de cor e contraste até chegar num nível de qualidade ideal para começar o projeto de vetorização, logo após, utilizando técnicas de vetorização no programa Adobe Illustrator CS o esqueleto do desenho foi preparado e colorido para logo após ser tratados efeitos de iluminação. Por último o acabamento foi feito com técnicas de fotografia trabalhando sombras e luzes a deixar traços que remetessem a expressões minimalistas de forma não agressiva, essa técnica de fotografia foi finalizada no Adobe Photoshop CS.

5. Conclusão

Para a elaboração deste trabalho, foi aplicado em diversos pontos desta ilustração a simplicidade, e a identificação da ideia por parte do público alvo durante toda a sua construção para que pudesse haver um interesse e uma apreciação pela peça.

Observou-se que a ilustração contribuiu bastante com a divulgação do evento, pois foram feitas muitas inscrições de peças publicitárias para concorrer ao evento, o que provou que a simplicidade e a identificação da ideia seduziram os estudantes e trouxe a identificação dos mesmos com essa temática tão atual.

A seguir a ilustração desenvolvida para a campanha de sexo seguro, para o prêmio cocoricó.



Figura 1: Ilustração para o Cartaz.

Referencias Bibliográficas:

FIGUEIREDO, Celso. Redação Publicitária – Sedução pela palavra. São Paulo, Cengage Learning, 2008

CESAR, Newton. Direção de Arte na Propaganda. 9ª – Brasília, Editora Senac, 2006