

Ulisses – por que não?¹

Lucas BUTTIGNON²

Mayni ALVES³

Rayara ERBST⁴

2

3

4

Rogério AZEVEDO⁵

Thaís BARONI⁶

Romilson Marco dos SANTOS⁷

Centro Universitário do Sul de Minas, UNIS – MG

RESUMO

O presente *paper* foi desenvolvido pelos alunos da instituição FEPESMIG (Fundação de Ensino e Pesquisa do Sul de Minas) no ano de 2012; e tem o propósito de apresentar uma das peças publicitárias criadas para uma campanha com objetivo de introduzir o livro “Ulisses”, escrito pelo célebre escritor James Joyce, na prática social de alunos do Ensino Médio da rede pública de ensino.

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria _____, modalidade _____.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso _____, email: _____.

³ Estudante do 6º. Semestre do Curso _____, email: _____. Trabalho submetido ao XV Prêmio Expocom 2013.

² Aluno líder do grupo e estudante do 2º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: butinao@hotmail.com.

³ Estudante do 2º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: mayniemile@gmail.com.

⁴ Estudante do 2º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: rayaraerbst@yahoo.com.br.

⁵ Estudante do 2º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: rogeriodesenho@yahoo.com.br.

⁶ Estudante do 2º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: tha.vga@hotmail.com.

⁷ Orientador do trabalho. Professor do Curso Publicidade e Propaganda, email: romilsonmarco@yahoo.com.br.

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso _____, email: _____.

Para tal, através de uma pesquisa, analisamos as crenças e as práticas sociais (segundo Charles Sanders Peirce) desses estudantes com o intuito de entendermos nosso público e, conseqüentemente, desenvolver peças publicitárias mais eficazes para nosso *target*.

Palavras-Chaves: outdoor; crença; estudante; livro; prática social.

1 - INTRODUÇÃO

Considerando hábitos dos alunos do ensino médio de hoje em dia, percebe-se que cada vez

menos estão adquirindo o costume de ler. Seja por comodidade, falta de incentivo e/ou interesse, lassidão e etc. Muitas vezes optando por outros tipos de atividades, que não demandem muito poder de concentração, raciocínio ou até mesmo leitura de mídias que exijam baixo repertório.

Nesse contexto, é difícil de imaginar que tais estudantes conheçam o clássico e um dos livros mais emblemáticos da literatura mundial, o “Ulisses”, motivo pelo qual foi desenvolvido um conceito que não defina um livro como um “bicho de sete cabeças”.

2 – OBJETIVO

A proposta desse trabalho é introduzir o livro *Ulisses* na prática social dos alunos do ensino médio de escolas públicas, para tanto, foram analisadas e estudadas as crenças de tais educandos, bem como definido as práticas sociais em relação aos hábitos de leitura dos mesmos, e de posse dessas informações, através de uma campanha, será apresentado o livro do *James Joyce*.

Através de um conceito criado para *outdoor*, buscando uma linguagem que permita um melhor “diálogo” com o público, pretende-se despertar-lhes a curiosidade em relação ao livro *Ulisses*, e, por conseguinte, tornar o livro um objeto de desejo para esse *target*.

3 – JUSTIFICATIVA

Em pesquisa realizada, percebe-se que o objeto de estudo, em geral, é dos arquétipos “fora da lei” e “bobo da corte”, tendo como base as definições do livro “O Herói e o Fora da Lei: como construir marcas extraordinárias usando o poder dos arquétipos”; e não mantém rotina de leituras de livros. Quando se trata da atividade ler, preferem leituras consideradas mais fáceis, como revista em quadrinhos, revistas, mídias que contem muitas imagens ou até mesmo não mantém nenhuma praxe de leitura, por comodidade, lassidão ou escassez de tempo.

Com base nestes dados, pretende-se despertar o interesse destes alunos em conhecer *Ulisses*, apontando que o mesmo não segue um padrão de leitura, podendo ser lido de diferentes formas, em ordem inversa e da maneira que o leitor bem entender, e ainda demonstrar a liberdade de interpretação que se atribui a tal livro, dessa forma explorando a natureza dos arquétipos do *target*, que em geral não gosta de seguir regras, padrões e está mais preocupado em entretenimento.

Também se deseja explorar tais arquétipos para mostrar que livros em geral não precisam ser necessariamente lidos, aplicando práticas avessas à leitura, como por exemplo, ler um livro com ele de ponta cabeça.

Não seguindo um padrão de leitura, pretende-se cativar tais alunos pelo fato de poderem ler de sua própria maneira, não seguindo uma regra, explorando o arquétipo “fora da lei”. E ainda, que os mesmos possam ter uma experiência nova a cada dia ao ler “Ulysses”, uma interpretação a seu favor a cada nova leitura, explorando o arquétipo “bobo da corte”.

4 – MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS

Foi feitas pesquisas, análises comportamentais, observações de conduta, etc., com intuito de conhecer melhor as crenças e práticas sociais do indivíduo. Foi percebida a falta de interesse desta classe de alunos pela leitura, portanto fez-se análise mais profunda para buscar os motivos de tal crença, e assim desenvolver métodos possíveis para criar uma semiose no *target* e na despertar-lhes a curiosidade em relação ao livro *Ulisses*.

Como ideia inicial, utilizaram-se como base as teorias de Semiótica de *C.S. Pierce*. Na tentativa de não, inicialmente, forçar-lhes a realmente ler o livro. Para tanto, aplicou-se uma técnica para indagam o que é *Ulisses*, quem é James Joyce e por que um livro não pede

necessariamente que alguém o leia. Tentou-se despertar nestes alunos um olhar de secundidade, que se contrasta com o que ocorre em instituições de ensino, que obrigam alunos a lerem certos livros.

Desta forma, após ter-se despertado tal interesse, os alunos irão procurar informações sobre o livro, e eventualmente, inseri-lo em suas práticas sociais.

Para a criação da peça publicitária, foram utilizados editores de imagem como Photoshop e Corel Draw. A intenção foi criar um conceito de olhar de primeiridade, prática adotada pelo escritor James Joyce, usando imagens de impacto em que o livro não precisa ser necessariamente lido, podendo ser utilizado de outras formas.

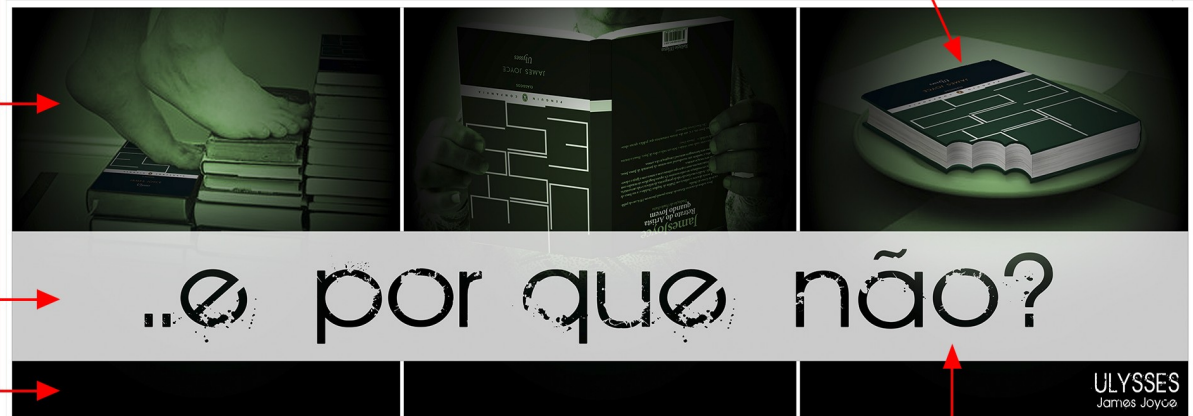
5 - DESCRIÇÃO DE PRODUTO OU PROCESSO

O suporte escolhido para essa peça foi um *outdoor*, tamanho padrão, por ser uma mídia em que se utilizam mais imagens e pouco texto. Os *outdoors* serão aplicados em pontos estratégicos, nas redondezas das escolas, bem como em frente a pontos de ônibus perto das instituições de ensinamentos as quais frequenta o *target*.

A peça é composta por três imagens e uma frase. Na primeira imagem têm-se vários livros formando degraus, representando uma escada, e, de forma subliminar, passa à mensagem que livro pode ser a base para alcançar algo acima. Na segunda, há um leitor com o livro de cabeça para baixo, representando que Ulisses pode ser lido de qualquer forma e dá liberdade de leitura e interpretação do mesmo. A terceira imagem é do livro mordido dentro de um prato, dando conotação que um livro pode ser devorado. Por fim, conterá a frase: “..e por que não?”, com a aplicação de uma fonte personalizada (*Birth of a Hero*) e pontuação incompleta fazendo analogia que o público pode fazer o que bem entender.

Peça:

Para composição da peça foram utilizadas as cores verde, branco e preto; com o intuito de estabelecer as mesmas relações de contraste e percepção que se tem ao observar o livro em primeiro instante.



A frase é breve e foi colocada de forma a gerar dúvida, ela ganha relevância e desperta curiosidade por partir de uma indagação simples. A mensagem foi diagramada no sentido horizontal e centralizado, respeitando a posição dos olhos e da leitura, para uma comunicação mais efetiva.

6 – CONSIDERAÇÕES

Por meio deste trabalho, foi possível perceber que a falta de interesse e despreocupação são os fatores que mais interferem na falta do hábito de leitura dos estudantes de ensino médio de escolas públicas. Por mais que haja incentivo por parte dos professores, colegas, família, coordenadores, ou etc. os alunos não mantêm prática de leitura.

Para tornar o *Ulisses*, de alguma forma, especial para esses estudantes, criou-se uma campanha com peças dinâmicas; não somente para instigar a leitura, mas também despertar interesses e curiosidades sobre o livro e o propósito da diferente abordagem que Joyce propôs ao escrevê-lo.

Foram explorados dois arquétipos e em cima de tais, pôde-se chegar nas ideias para a campanha. Tentou-se criar uma metodologia onde os alunos não se sentissem obrigados a lerem *Ulysses*, mas sentissem a curiosidade de descobrir sobre o mundo do autor, despertando prazer real na leitura, como eles sentem em outras atividades rotineiras.

É preciso criar formas que dinamizem o interesse e o acesso do aluno a leitura, para que ele desperte esse hábito por si só e não por uma mera obrigação. Cumprido o objetivo da campanha, através das peças desenvolvidas, os alunos sentirão interesse no *Ulisses*, e por consequência, pelo menos um livro fará parte da prática social destes estudantes, quebrando um paradigma atual e podendo ser o primeiro de muitos.

7 – REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

JOYCE, James. **Ulysses**. São Paulo: Penguin, 2012.

MARK, Margaret. **O Herói e o Fora da Lei**: como construir marcas extraordinárias usando o poder dos arquétipos. São Paulo: Cultrix / Meio e Mensagem, 2001.

PEIRCE, Charles S. **Semiótica**, São Paulo: Editora Perspectiva, 1977.