

Escolha – Projeto Quixote¹

Caroline Aragoni²

Micheli Daiane Ferreira³

Olivia César Oliveira⁴

Renan Douglas da Silva⁵

Sarah Regina de Aquino⁶

Wesley Nicastro⁷

Sônia Lanza⁸

Centro Universitário FIEO, Osasco, SP

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Cartaz (PP10), modalidade Publicidade e Propaganda

² Estudante do 6º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: carolinearagoni28@hotmail.com.

³ Estudante do 6º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: micheli.piaf@gmail.com.

⁴ Estudante do 6º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: olivia_cesar@hotmail.com.

⁵ Estudante do 6º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: renandouglas@hotmail.com.

⁶ Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: sa_aquino@hotmail.com.

⁷ Estudante do 6º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: wesley.nicastro@hotmail.com.

⁸ Orientador do trabalho. Professor do Curso Publicidade e Propaganda, email: sonialanza19@gmail.com.

Resumo

O cartaz foi desenvolvido para OSCIP (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público) Projeto Quixote, localizado na cidade de São Paulo que atende os quixotinhos: crianças, jovens, seus familiares e alguns com dependência química, através de ensino básico a dança, oficinas de arte e principalmente o grafite, proporcionando inclusão social e dando oportunidade a um futuro. O cartaz também apresenta dados para contato e colaboração.

Com esse trabalho, aprendemos muito sobre novas formas de nos posicionar e repensar numa nova criação de conteúdo por conta de ser uma marca que ainda não conhecíamos dentro de um novo segmento, novo público e desenvolvimento de um trabalho com características de seus detalhes tão individuais.

Palavras-chave: cartaz; arte; grafite; vida; criança.

1 INTRODUÇÃO

Foi desenvolvida uma campanha publicitária para o Projeto Quixote, que se localiza no bairro Vila Mariana na cidade de São Paulo, proporcionando educação básica, apoio psicológico, aulas de dança, teatro e arte por meio do grafite, oferecendo uma oportunidade de terem um futuro melhor, atendendo jovens e crianças em estado de risco e dependentes químicos, principalmente na região da Cracolândia, centro de São Paulo. Também estendendo projetos para as mães, dando oportunidade de trabalho e aqueles jovens que já estão em idade para entrar no mercado de trabalho são indicados para vagas de empresas que apoia o projeto.

Para promover as atividades da ONG e onde ela está presente, o Projeto Quixote conta com peças publicitárias impressas que são utilizadas com o objetivo de atingir os jovens que são atendidos pela instituição e impactar os possíveis doadores, despertando emoções e interesse em apoiar a causa do Projeto Quixote, colaborando, tornar-se um voluntariamente ou através de doações.

O cartaz proporciona tempo para ser observado e transmitir a mensagem, podendo ser colocado em lugares de grande circulação de pessoas, como em ônibus, murais, *totens* de *shopping*, estações de trem/metrô.

O conceito da campanha é “através da arte pode se resgatar vidas, e um gesto pode mudar uma vida”. O grafite é uma forma de arte que alegra e dá mais cor à cidade cinza.

Assim a imagem com as latas de *spray*, mostra as cores e com qual delas podemos pintar nossa vida.

2 OBJETIVO

Mostrar que através das cores e de um gesto é possível modificar uma vida, um momento. Além de reforçar a ideia do grafite ser arte e poder proporcionar um futuro, como os Gêmeos (Gustavo Pandolfo e Otávio Pandolfo) conhecidos pelo mundo, levando a suas mensagens por meio do grafite, da arte. É um estímulo para que essas crianças e jovens possam criar e pintar seus mundos.

3 JUSTIFICATIVA

O desenvolvimento do cartaz partiu das principais atividades desenvolvidas pelo Projeto Quixote, o grafite. Por meio desse meio buscamos expor a forma de fazer arte através do seu instrumento principal, a lata de *spray*, utilizada para os grafites.

A partir do contraste com as cores da imagem e com a finalidade do serviço do Projeto Quixote, e do texto “Você define a cor da sua vida”, busca-se fazer o receptor refletir. Abaixo há o *site* e telefone, e a frase de apelo: a arte é uma forma de ajudar. Doe.

O cartaz busca sensibilizar e fazer o *target* refletir sobre a vida e que algo simples pode mudar a vida de alguém. O público atendido é repleto de sonhos e esperanças, a arte possibilita se expressarem e transmitem energia ao próximo.

A intenção das latas empilhadas demonstra que precisam ser trocadas por novas, cheias de tintas, para dar continuidade às inspirações dos jovens.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para a elaboração do cartaz, buscamos mostrar a identidade do Projeto Quixote. Fomos à sede do projeto, em um dia especial, dedicado à dança, em que a ONG abre suas portas para todos as crianças atendidas, ex-participantes, outros projetos parceiros e ao público em geral passarem a tarde de sábado dançando *break* e grafitando. Assim conseguimos conhecer a essência do projeto, mesmo aqueles que não precisam mais do apoio retornam para ser voluntários e dar sequencia ao projeto. A sede do Projeto Quixote possui todas as paredes grafitadas e um espaço reservado para estudo dessa arte.

Assim a criatividade e as cores, a proximidade com as outras pessoas é muito importante, com as latas de *spray* que encontramos na sede, formando quase uma parede colorida, assemelha-se a vê o cartaz ao próprio Projeto Quixote.

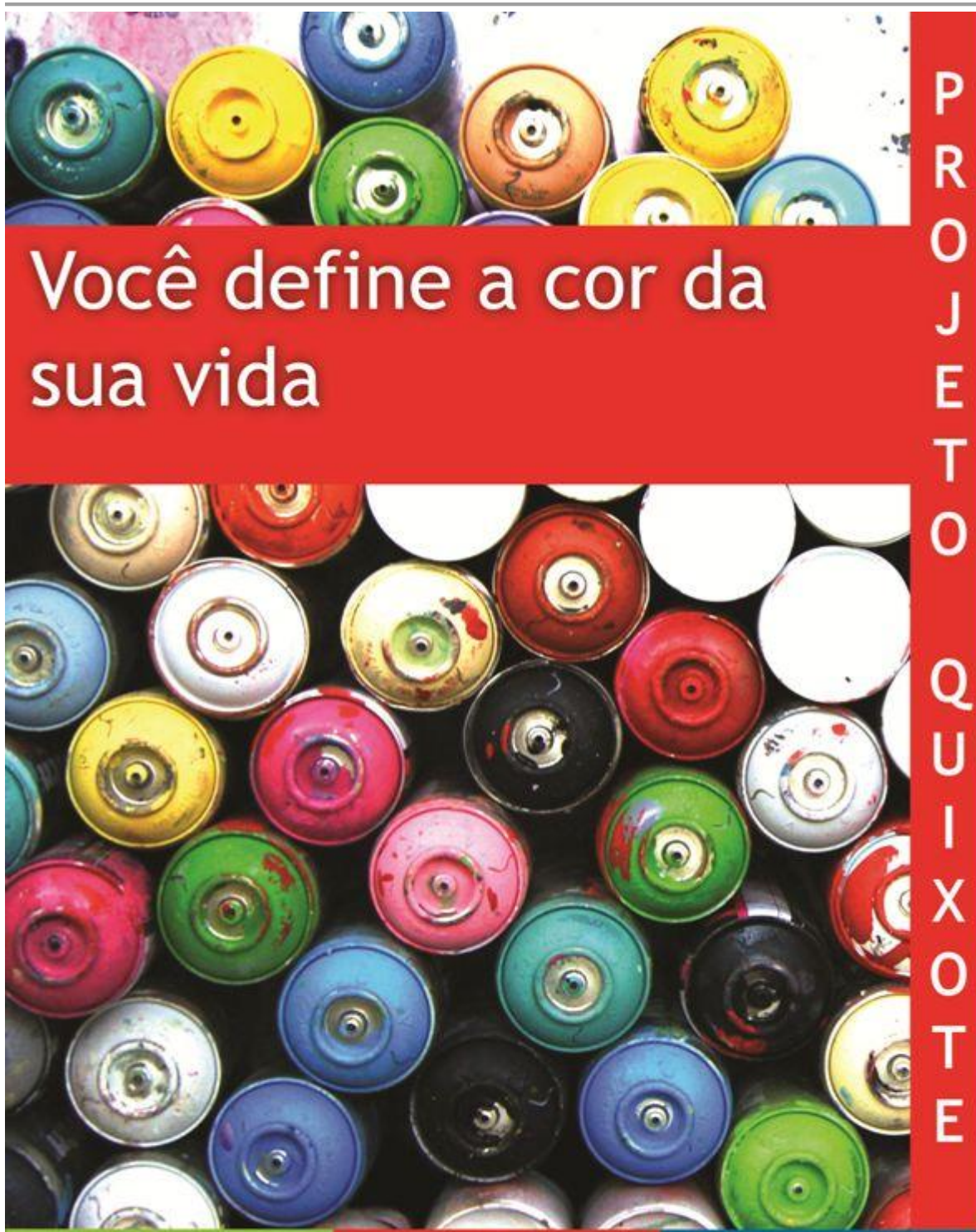
5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Toda a elaboração do cartaz ocorreu a partir da visita à sede do Projeto Quixote, e após uma reunião da agência Giranda, criamos o texto da peça e o enquadramento final da imagem que foi fotografada durante a visita.

Traçamos a temática da campanha como a “arte é uma forma de ajudar”, um modo de contar histórias, assim o plano criativo está baseado em cores e a sugestão do grafite, que é uma das principais características que define a ONG.

Com o objetivo de ligar o *target* ao Projeto Quixote, usamos no cartaz as latas de *spray* vazias encontradas na sede, em um espaço reservado para o estudo do grafite, que é valorizado como uma forma de arte, para as crianças e jovens, entre todas as fotos tiradas pelo fotógrafo da agência Giranda, essa foi a que mais chamou a atenção.

Fizemos *brainstorm*, reunimos às imagens, relacionando-as à temática “a arte é uma forma de ajudar”. Discutimos e nos colocamos na posição destas crianças e nos voluntários que contribuem para o projeto. Tudo depende de uma escolha, a vida é feita de escolhas e a arte pode ajudar muito as crianças. As cores e a arte podem influenciar, transmitir uma sensação e sensibilizar.



Você define a cor da
sua vida

P
R
O
J
E
T
O
Q
U
I
X
O
T
E

A arte é uma forma de ajudar. Doe
www.projetoquixote.com.br ou (11) 5572-8433



PROJETO QUIXOTE
TRANSFORMANDO ARTE EM VIDA

6 CONSIDERAÇÕES

Para a elaboração deste trabalho do contamos com as informações obtidas junto ao Projeto Quixote. Para a agência foi uma experiência de vida, o choque cultural com a associação nos proporcionou formas de ajudar. Um ambiente diferente de nossa realidade, que acolhe e cuida de jovens. Um desafio a ser cumprido em relações às campanhas feitas anteriormente, dominar o assunto e vender a ideia.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAHAM A, Moles. **O Cartaz**. Persceptiva. 2005.

DIAS, Edson de Paiva. **Projeto experimental de Propaganda**. São Paulo: Iglu, 2005.

MODESTO, Farina. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. Edgard Blucher. 2011.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica**. São Paulo: Editora Brasiliense. 2003.

www.colorpluscity.com.br, acesso em 29/04/2013.

www.osgemeos.com.br, acesso em 05/04/2013.

www.projetoquixote.org.br, acesso em 19/09/2013