

FACOM, Quanto Mais Se Ama, Mais Se Cuida¹

Dienes Maciel **FERREIRA²**

Camila de Souza **LIMA**
Larissa da Silva **ANDRADE**
Lays Kelly Santana dos **SANTOS**
Roberta Aragão **MACHADO³**

Carolina **VENTURINI⁴**
Lívia **BARBOSA**
Ronaldo **GUERRA⁵**
Universidade Federal do Pará, Belém, PA

RESUMO

O presente *paper* irá explanar, de forma didática e objetiva, o sentimento de pertencimento para com os alunos da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Pará através do cartaz “Cresça com a Facom”. A peça foi criada com o propósito de incitar os estudantes a cuidarem da instituição para que a Faculdade possa se desenvolver cada vez mais. Essa temática foi transmitida por meio de cuidados que envolvem o bom crescimento de uma árvore e findam por levá-la à frutificação, buscando assim chamar a atenção, não só dos alunos como de todo o público oriundo da sociedade imagética atual, afim de que possam se preocupar mais com o patrimônio público brasileiro.

PALAVRAS-CHAVE: Cartaz; Cuidar; Amar;Árvore.

INTRODUÇÃO

Para expressar o amor e, conseqüentemente, o cuidado por tudo que envolve a Faculdade de Comunicação (FACOM) da Universidade Federal do Pará (UFPA), as alunas do curso de graduação em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda criaram um cartaz no segundo semestre de 2011.

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

²Aluna líder do grupo e estudante do 3º semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pará (UFPA). Email: design_dienes@hotmail.com.

³Co-autores e estudantes do 3º semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pará. Emails, respectivamente: camila_mslima@hotmail.com, larissaandrade@ymail.com, layskelly1@gmail.com, betaaragao@gmail.com.

⁴Orientadora do trabalho: Professora Mestre do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Pará. Email:Venturini@ymail.com.

⁵Co-orientadores do trabalho: Professora Doutora e Professor Especialista do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Pará. Emails, respectivamente: liviabarbosa@gmail.com, jotaguerra@hotmail.com.

Produzidos nas disciplinas “Teoria e Técnica da Criação Publicitária”, “Redação Publicitária” e “Fotografia” pertencentes ao Laboratório de Criação Publicitária I, ministradas respectivamente, pelos professores Msc. Carolina Venturini, Dra. Livia Barbosa e Esp. Ronaldo Guerra, a peça utiliza recursos imagéticos que ressaltam o amadurecimento de uma árvore, dando ênfase aos cuidados necessários para que se alcance esse bom desenvolvimento.

O cartaz retrata o momento de frutificação da árvore. Esse momento foi materializado em brinquedos de Miriti, que é uma fibra leve da palmeira também conhecida como Buriti, por ser um símbolo regional. A arte de transformar essa matéria prima da Amazônia em brinquedos nasce

da espetacular capacidade de adaptação do caboclo brasileiro à natureza que o circunda, os Brinquedos de Miriti são a expressão da sensibilidade e da representação ingênua do universo ribeirinho da região de Abaetetuba. (Brinquedos de Miriti, disponível em:<http://www.pontosolidario.org.br/miriti.htm>)

OBJETIVO

A finalidade do cartaz é fazer com que os alunos e todo o público oriundo da sociedade imagética atual possam refletir sobre o cuidado e atenção que deve ser dedicado à todo patrimônio público brasileiro, dando ênfase à Faculdade de Comunicação da UFGA, a fim de preservar a instituição para as gerações seguintes. Sob esse aspecto, além de sensibilizar tais pessoas para as necessidades do local, tem como finalidade chamar o público para crescer junto com a FACOM, como forma de mostrar que a construção dessa história tem que ser feita por todos.

JUSTIFICATIVA

A temática escolhida para abordagem do cartaz foi pensada com o intuito de realizar uma sensibilização no corpo estudantil, pois estimula os alunos a adquirir esse sentimento de pertencimento, para que percebam a necessidade de cuidar da instituição todos os dias, nos pequenos e nos grandes gestos.

A FACOM possui grande influência no mercado de ensino superior. Foi a primeira a oferecer o curso na área da Comunicação Social no Pará e a única a proporcionar tal curso em uma Universidade pública no Estado.

Três décadas e meia de uma Faculdade de Comunicação é muito e pouco tempo, dependendo do ângulo que se olhe. Muito para o indivíduo. Pouco na régua do tempo social. Ainda mais em se tratando de um campo de conhecimento em intenso e rápido movimento, em um mundo movido cada vez mais pelas ondas da inovação tecnológica. (FACOM 35 anos, disponível em: <http://www.FACOM.ufpa.br/>)

Devido à essa grande importância, a Faculdade necessita de cuidado e atenção para que toda essa história não se deteriore, não se perca.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para iniciar a produção do trabalho foi de fundamental importância o conhecimento do nosso objeto de estudo, a Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Pará. As cinco alunas integrantes da equipe pesquisaram sobre o assunto, com o intuito de fazer o *briefing* da campanha, pois, de acordo com Vieira, “na criação publicitária não existe milagre nem magia. A qualidade de seu trabalho será diretamente proporcional a seu esforço em obter informação e a sua habilidade em combinar dados” (1999, p.17). Toda a pesquisa encontrada foi estudada e debatida, durante diversas reuniões, as quais promoveram uma elaboração em conjunto da abordagem do tema.

Criar é tornar interessante um assunto que às vezes não é. É aparecer mais do que simplesmente estar presente num espaço de televisão, jornal ou outras mídias. Criativa é a campanha que consegue que o consumidor não fique indiferente. (IMBERDORF, 2008, p.120)

Depois de diversas discussões e troca de opiniões, chegamos à ideia de fazer uma analogia entre os cuidados que uma planta necessita para crescer, se desenvolver e gerar bons frutos e os cuidados que a FACOM precisa para sua manutenção e para que possa produzir bons profissionais.

Os objetos foram confeccionados por artesãos de Brinquedos de Miriti em Abaetetuba, cidade próxima de Belém, capital do Estado do Pará. Logo após, os Brinquedos de Miriti foram fotografados no estúdio fotográfico da UFPA, em seguida as imagens passaram por *software* de edição gráfica, principalmente, o *Adobe Photoshop CS5*, para o recorte das fotografias e o *Corel Draw X5* para a finalização dos cartazes.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O produto é um cartaz em formato A3 que deverá ser divulgado na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Pará. A proposta inicial era criar três cartazes mostrando fases importantes para o bom crescimento de uma árvore: regar, florescer e frutificar.

O regar seria o cuidado inicial, o básico para o funcionamento do que é físico na Faculdade: cuidar dos banheiros, dos laboratórios, dos equipamentos, dos corredores, das salas, dos estúdios, etc.

O florescer simboliza a manutenção tanto do tangível quanto do intangível no que rege a instituição. Representa o cuidado diário e a eliminação de comportamentos inadequados (posturas antiéticas, vandalismos, etc.). Essa mudança de comportamento significa a renovação. Está relacionado a um dos perfis da FACOM, que é estar sempre aberta ao que é novo. Ressalta a dinâmica da comunicação.

A frutificação representa a obtenção dos resultados de todo o cuidado e engajamento pela Faculdade. É a consequência da contribuição das pessoas que fazem parte da FACOM, que trabalhando em conjunto geram excelentes frutos que serão colhidos nas próximas gerações. Essa cooperação é uma soma da experiência de quem já pertence à instituição e quem a adentra, trazendo novas ideias e conceitos.

O produto proposto é o cartaz final dessa campanha, no qual a Faculdade é representada pela árvore que já se encontra grande e com belos frutos, mas que para chegar a essa etapa necessitou de cuidados pertinentes ao seu amadurecimento, como regar e florescer, para finalmente frutificar.

Esse conceito foi materializado nos seguintes objetos: árvore e maçã. Transformados em brinquedos de miriti, que são símbolos culturais e econômicos do município de Abaetetuba. De acordo com Ferreira, miriti também é conhecido como muriti, muruti, murutim, dentre outras nomenclaturas (1986, p.294).

'Miriti' - para os abaetetubenses, 'a palavra é mágica e a palmeira benta', porque do miriti tudo se faz e da palmeira tudo se aproveita: do fruto - especiaria utilizada na culinária regional -, à casca ou tala, da qual se faz o paneiro, considerado 'pai do miriti', porque foi o primeiro produto artesanal, do qual se originaram todos os demais, brinquedos, barcos, reproduções de animais (cobras, araras e onças, entre outros), objetos de decoração, enfim, uma coleção artesanal diversificada e colorida, que representa uma tradição indissociável do Círio de Nossa Senhora de Nazaré.(Brinquedos de miriti dão colorido à

cidade, disponível em: http://www.museu-goeldi.br/museuem-pauta/noticias/museu_na_midia/19102007/nona.html

Segundo Sant’anna, “o anúncio com maior efeito é aquele que contém a ideia central mais forte e a expressa de maneira simples, concisa e clara” (2005, p.145). Tendo isso em mente, a peça possui o título “Cresça com a Facom”, associando ao crescimento da própria árvore materializada. O título é um convite para que se evolua junto e caminhe lado a lado com a Faculdade, com os mesmos propósitos e mesmos ideais. É um convite para que o aluno dê sua contribuição e receba também os benefícios de toda a dedicação prestada à FACOM, alcançando assim o desenvolvimento de ambos.

O cartaz possui também a assinatura composta pela logomarca da Faculdade e a *headline* “Quanto mais se ama, mais se cuida”. Na composição da peça foi empregada a fonte tipográfica Futura Md BT por ser uma fonte sem serifas de fácil legibilidade.

O *background* remete a um ambiente ao ar livre com nuvens em um céu azul e grama verde. Como atualmente poucas pessoas transferem um pouco do seu tempo para se deter mais atentamente a uma peça publicitária, o texto do subtítulo é simples e objetivo para que a mensagem seja realmente transmitida: “Para que a árvore frutifique, receber cuidados diários é fundamental. A atenção dedicada à planta resulta em excelentes frutos”, pois “estamos falando de seres humanos que vivem a correria dos tempos modernos, quer dizer, a maioria das pessoas faz outras tarefas enquanto está diante da mensagem escrita” (MARCHIONI, 2001, p. 77).

E ainda porque “as palavras mais poderosas são as palavras mais simples. Ninguém resiste às palavras mais simples. E, para muitas pessoas, são as únicas palavras que elas compreendem” (SANT’ANNA, 2005, p.156).

Esta peça revela que, se a árvore receber todos os cuidados imprescindíveis, ela é capaz de gerar excelentes frutos. Assim como a planta, a FACOM, se receber os cuidados que necessita, está apta a gerar ótimos frutos, como profissionais competentes e éticos.



Cartaz “Cresça com a Facom”

CONSIDERAÇÕES

Pensar na relação entre aluno e faculdade foi o grande desafio. Para se chegar à conclusão do cartaz foi necessário pesquisar sobre a Faculdade de Comunicação da UFPA. As informações adquiridas possibilitaram conhecer ainda mais a instituição e transmitir esse conhecimento através da peça solicitada, agregando os valores da FACOM aos cuidados que ela necessita.

O anúncio visa elevar o grau de sentimento e pertencimento de todos os alunos do Curso de Comunicação Social da UFPA pela instituição e que a população em geral deve sentir por todos os patrimônios públicos do Brasil. Sabe-se que para a excelência ser alcançada é importante que haja real comprometimento com algo. Em se tratando da educação, inúmeros fatores podem levar a um grau nobre do ensino, mas isto é facilitado quando há dedicação, afeição, que conseqüentemente gera o sentimento de cuidado e torna este ciclo ininterrupto, contribuindo para o fortalecimento do processo educacional na área da comunicação no Pará.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RIBEIRO, Júlio. ALDRIGHI, Vera. IMOBERDORF, Magy. BENETTI, Edison. LONGO, Walter. DIAS, Sérgio Roberto. **Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar**. São Paulo: Atlas S.A., 2008.

VIEIRA, Stalimir. **Raciocínio Criativo na Publicidade: uma proposta**. São Paulo: Loyola, 1999.

MARCHIONI, R. **Criatividade e redação. O que é, como se faz**. São Paulo: Loyola, 2001.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda: teoria, técnica e prática**. 7. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

FERREIRA, A. B. H. **Novo Dicionário da Língua Portuguesa**. Segunda edição. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

FACOM 35anos. Disponível em: <http://www.FACOM.ufpa.br/>. Acesso em: 09 de dezembro de 2012.

Dicionário de símbolos. Disponível em: <http://www.dicionariodesimbolos.com.br/>. Acesso em: 09 de dezembro de 2012.

Brinquedos de Miriti. Disponível em: <http://www.pontosolidario.org.br/miriti.htm>. Acesso em: 09 de dezembro de 2011.

Brinquedos de Miriti dão colorido à cidade. Disponível em: http://www.museu-goeldi.br/museuempauta/noticias/museu_na_midia/19102007/nona.html. Acesso em: 09 de dezembro de 2011.