



Revista Customizada: um meio para a propagação de Responsabilidade Social

Andressa BARBOSA¹

Camila PALHARES²

Cristina ALMEIDA³

Daniel ESTEBAN

Fernanda da MATA

Lucas TONIDANDEL

Lorena CARVALHO

Marina SANTOS

Rafael ANDRADE

Thiago SANTOS¹

Centro Universitário Newton Paiva, Belo Horizonte, MG

RESUMO

¹ Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email andressambarbosa@yahoo.com.br.

² Estudante do 7º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: camilappnewton@yahoo.com.br.

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: cristina.mendesdealmeida@gmail.com.

Estudante do 7º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: daniel.full@bol.com.br.

Estudante do 7º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: fedamatapp@gmail.com.

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

Estudante do 7º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: lorenacf_pp@yahoo.com.br.

Estudante do 7º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: malybh@yahoo.com.br.

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

¹ Estudante do 7º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: tiagodelrio@gmail.com.



O tema geral do trabalho é Responsabilidade Social. Através de uma parceria entre a empresa Cila e a ONG Instituto Xopotó. Espera-se que os produtos criados pelas artesãs assistidas pelo Instituto possam ser comercializados pela empresa. Por meio dessa parceria o produto será exposto em um grande centro comercial e terá uma campanha publicitária veiculada com a verba investida pela empresa Cila.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade Social; Revista Customizada; Análise Publicitária.

INTRODUÇÃO

Com o intuito de adquirir conhecimento e reforçar o que já fora aprendido no campo da publicidade, a criação de uma campanha com a ênfase na responsabilidade social, mostra que a publicidade pode utilizar suas ferramentas para propor mudanças sociais.

Na atual conjuntura do mercado a sociedade exige das empresas que realizem ações de responsabilidade social. Os consumidores preferem uma empresa socialmente responsável a uma que não prática a mesma.

A responsabilidade social pode ser vista não só como um diferencial de uma marca, mas sim como um valor que a empresa defende. Então o número de empresas que realiza essas ações aumenta na medida em que o conceito de responsabilidade social é assimilado no dia a dia da nossa sociedade. Ser uma empresa socialmente responsável pode se dizer que é uma exigência para se manter no mercado.

A bolsa terá um apelo sofisticado e de bom gosto, o público será composto por mulheres entre 25 e 50 anos, predominantemente da classe B+, residentes em Belo Horizonte. A campanha publicitária englobará as seguintes peças: Revista Customizada, Ad revista, Ad Jornal, TV, Cinema, Rádio, Cancela de Shopping, Empena, Ação de PDV como adesivação de vitrines e prateleiras, etiqueta para a bolsa e folder. A campanha terá um custo total de R\$67.935,20. O custo é altamente vantajoso, comparando-se ao custo benefício. Podemos considerar o valor muito baixo, já que utilizou-se os melhores meios possíveis, inclusive TV, além de rádio, jornal e mídias alternativas. O alcance será alto e atenderá todos os objetivos propostos pela agência.



2 OBJETIVO

O objetivo da Revista Customizada é atingir o público-alvo, mostrando a ele que: ao adquirir a Ecologic Bag além de comprar um produto que está na moda ele ajudará no crescimento profissional das artesãs de Brás Pires e sendo ecologicamente responsável. Desde modo a comunicação será focada extremamente para as consumidoras do produto estimulando assim a compra.

3 JUSTIFICATIVA

A escolha da Revista Customizada se deu pelo fato de ser um meio utilizado para campanhas de moda e nesse contexto ser muito bem aceito e valorizado. A revista foi escolhida também por ter um caráter versátil e dinâmico. Ela pode ser levada da loja pelo consumidor e dessa forma propagar ainda mais a mensagem da campanha atingindo possíveis consumidores que se sensibilizem com a causa e que gostam de produtos artesanais.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A revista customizada foi projetada visando o uso perfeito das cores. Há ênfase no uso de cores vivas e intensas. Apresenta várias páginas, e, no entanto, não é uma peça monótona. Para FARINA (p.27),

“sobre o indivíduo que recebe a comunicação visual, a cor exerce uma ação tríplice: a de impressionar, a de expressar e a de construir. A cor é vista: impressiona a retina. É sentida: provoca uma emoção. E é construtiva, pois, tendo um significado próprio, tem valor de símbolo e capacidade, portanto, de construir uma linguagem que comunique uma idéia.”

De acordo com Modesto Farina (p. 33), “é inegável que a cor desempenha um papel preponderante na moda. A maior parte das vezes não dizemos: “Neste verão usar-se-á tal modelo”; mas sim: “A cor que vestirá as elegantes neste verão será o ‘preto’.”

Kandinsky citado por FARINA (p.27), afirma que a cor exerce uma influência direta: “A cor é o toque, o olho, o martelo que faz vibrar a alma, o instrumento de mil cordas.”



A capa da revista apresenta um tom amarelo-ouro que junto aos tons fechados das quatro flores, dão aspecto requintado à principal estação do ano que se deseja representar, o verão. Há também a frase, “O que combina com Cila”, em tom de questionamento e, inicialmente sem resposta, para despertar o interesse do leitor em descobrir a combinação, ou seja, abrir a revista. Utilizou-se a cor branca no texto para que a frase não se destaque sobre o nome da loja, mas seja apenas um detalhe curioso que o leitor irá notar em um segundo momento. O nome da loja se mantém na cor branca, porém, em alto relevo e em tamanho maior sobre as flores coloridas ao centro, para que a peça mantenha seu caráter requintado.

Ao abrir a revista, o leitor se depara com uma página em tom amarelo forte. A cor amarela é associada ao verão, por ser uma cor clara que reflete os raios solares. Em seguida, há uma frase caracterizada por um aspecto lúdico através do jogo de cores, intercalando tons claros e escuros, sem dar espaço entre as palavras, para facilitar a leitura. A frase: “Doce de leite combina com...” apresenta reticências para dar idéia de continuidade e estimular a continuação da leitura complementar em um próximo momento. O alimento, doce de leite, foi escolhido por ser um doce típico do estado de Minas Gerais, fazendo a associação com o Instituto Xopotó, uma entidade mineira, e fechando a combinação com as bolsas que serão comercializadas com exclusividade em uma loja mineira, a Cila, e apenas nas unidades de Belo Horizonte.

A flor em tom amarelo-alaranjado intenso, na extremidade esquerda da página, se assemelha a um girassol, planta que em alguns mitos e crenças representa fama, sucesso, sorte e felicidade, palavras positivas, que levantam o astral de uma mulher. É também muito conhecido por “olhar para o sol” já que se inclina em direção a ele, assim sendo associada aos dias amarelos, ensolarados, de verão. Na extremidade direita da página se encontra a logo da Cila, a última imagem a ser vista na página em questão, já que a ordem natural de leitura se inicia na extremidade superior esquerda e finda na extremidade inferior direita. Após a leitura da logomarca da loja, seguiu-se para a próxima página na qual se encontra a fotografia da bolsa de palha customizada com flores de girassol, dando início à divulgação da coleção verão 2008. A bolsa combina perfeitamente com a modelo que apresenta um tom de pele morena, bronzeada, uma maquiagem leve, com tons dourados e alaranjados, usa um biquíni amarelo e acessórios no mesmo tom, que valorizam o detalhe das flores na bolsa e combinam com a flor e com a cor de fundo da página anterior. A bolsa é vazada, casual, da coleção verão, ideal para ir à clubes ou à praia. Na fotografia há um efeito de luzes que representa raios solares refletidos, como se o ambiente estivesse bastante

ensolarado. Esses mesmos raios de sol refletem na bolsa realçando suas cores e a textura da palha.

Na página seguinte há um cenário mais sóbrio que representa o anúncio de uma peça da coleção para noite. As bolsas foram expostas na peça intercalando as linhas dia e noite, para tornar a leitura mais atraente. Para essa parte do anúncio, utilizou-se um fundo de cor vermelha, cor primária que significa força, virilidade, feminilidade. Também é uma cor quente que simboliza o fogo, desejo, paixão e é cheia de energia, dinamismo e agitação.

A frase: “que combina com clube da esquina que combina com...” é a continuação da página anterior e também apresenta as reticências para fazer a ligação com a resposta que vem logo abaixo na mesma página, o nome Cila. Para a associação entre os elementos de Minas Gerais, utilizou-se o “clube da esquina”, movimento musical mineiro da década de 1960. As reticências no final da frase levarão o leitor a procurar o complemento. Ele então seguirá a leitura da esquerda para a direita, avistando inicialmente uma flor em tons avermelhados. A extremidade das pétalas dessa flor levará o leitor ao seu próximo destino, a continuação da frase, o nome da loja, Cila, logo ao lado, na extremidade direita da página.

A logomarca se encontra próxima ao meio da revista, assim, o leitor seguirá a leitura na próxima página, na qual se encontra a bolsa de palha da linha noite. Nessa fotografia, a modelo apresenta uma expressão séria, com uma ligeira agressividade no olhar, transmitindo a idéia de uma pessoa forte e determinada. É interessante notar que este olhar firme está direcionado à logomarca Cila da página anterior, a fim de reforçar essa leitura. A maquiagem da modelo é pesada. Optou-se por sobrecarregar olhos e boca e deixar o tom da pele o mais claro possível, para destacar ainda mais cores fortes da peça e reforçar a que a bolsa também pode ser utilizada em ocasiões mais formais. Ela veste um maiô mais fechado, com cores neutras e detalhes na cor preta. Segundo FARINA (p.91), “uma pessoa de pele clara, com traje preto, parecerá pálida, e se for de pele escura, com traje claro, parecerá mais escura.” A bolsa de palha anunciada é mais clássica, com vazados estreitos, com uma tira de tramas mais trabalhadas, dando uma caracterização séria, sendo ideal para utilizar em eventos mais formais ou até mesmo em um dia de trabalho.

Para valorizar o tom predominantemente vermelho da peça, a modelo traja uma tiara vermelha que se destacou nos cabelos claros. O batom utilizado também da cor vermelha berrante, assim como o sapato-alto. Para completar a combinação, rosas vermelhas jogadas na bolsa e a posição da modelo deram um ar de sensualidade e desejo à peça. Para reforçar a força da modelo, o fotógrafo utilizou uma luz amarela de baixo para cima. Essa luz realçou a cor dos cabelos e os olhos marcados.



Ao virar a página o leitor que poderia começar a se cansar com a agitação causada pela cor vermelha, finalmente descansa seu olhar ao observar um fundo de cor azul, que transmite calma e harmonia. A palavra-chave da frase, que também possui reticências, é “cidade histórica” que está totalmente ligada ao cotidiano do interior de Minas Gerais. Para combinar com o tom azul do fundo da peça, utilizou-se uma flor em tom neutro, na cor branco-acinzentado que por sua vez deu a idéia de algo antigo, como um retrato em preto e branco, tão antigo como uma cidade histórica. Assim como nas outras partes da peça, as pétalas dessa flor também levam o leitor ao complemento da frase, Cila, e por sua vez, leva o leitor à próxima página. Essa página apresenta uma fotografia que caracteriza a palavra “cidade histórica” dando destaque à bolsa anunciada que está totalmente de acordo, combinando com a modelo na janela. A modelo se assemelha às típicas “namoradeiras”, figuras artesanais representativas de mulheres interioranas que ficavam às janelas namorando e “passando o tempo”. Ela está com uma maquiagem bem leve e com um olhar sereno e distante transmitindo paz. Veste um maiô mais discreto, na cor branca, com menos decotes, representando uma moça mais comportada. Seus acessórios também são neutros e a flor branca se destaca nos cabelos escuros fazendo a ligação perfeita com a flor branca da bolsa de palha. A bolsa apresenta tramas maiores, mais unidas e fechadas, com um detalhe de vazados em tira que traz um charme à peça. O interessante nessa produção foi à adequação da luz natural sobre a modelo. A foto foi produzida por volta das 17 horas, momento em que o sol começava a se por, no qual se encontra na linha do horizonte, fazendo uma bela iluminação lateral sob a modelo. A locação utilizada se adequou à proposta já que era uma casa típica da região interiorana de Minas, a cidade de Sabará.

Ao virar a página, o leitor instantaneamente lê a frase: “que combina com a mulher mineira que combina com...”. Essa frase dará o sentido necessário a todas as outras frases da peça e também apresenta reticências para fazer a ligação à logomarca, Cila. O fundo da página apresenta cor verde, que é a mistura entre o ciano e o amarelo. O tom está próximo ao Kentucky, mais neutro, para transmitir alegria, esperança e ao mesmo tempo, tranquilidade. Para combinar com o verde, utilizou-se uma flor na cor rosa-chá, que apresenta pigmentos amarelados. Mais uma vez, após a leitura da flor, o leitor segue em direção à logomarca e em seguida, em direção à próxima página. A fotografia dessa página apresenta um tom romântico, com predominância de cores neutras, como o rosa, o bege e o amarelo que combinam perfeitamente com a flor de cor rosa-chá da página anterior. Flores nesse tom também são vistas na bolsa anunciada e dão o charme final a ela. Essa é mais uma peça da linha noite e apresenta um designe mais sério e reto, é comprida e combina perfeitamente



com as roupas e acessórios utilizados nessa ocasião. Utilizou-se bastante a cor rosa na maquiagem da modelo para enfatizar a feminilidade e o romantismo desejado. Essa cor também é vista na polaina, peça típica dos anos 80 e que ainda hoje é bastante comercializada na Cila, sendo ideal para os looks mais despojados. A modelo está com os cabelos presos em um alto rabo-de-cavalo, também característico dos anos 80 e o detalhe das mechas caídas sobre os olhos dá um toque especial à produção. Ela veste um fino corpete de couro e está calçando sapatos de salto, ambos na cor preta, uma cor fria e requintada, muito utilizada nessa estação. O olhar da modelo está direcionado à bolsa levando o leitor a voltar o olhar à peça anunciada. Até esse ponto todas as páginas que continham textos apresentavam um layout bem similar: jogo de palavras separadas por cores, uso contínuo da expressão “que combina com..”, flor na extremidade esquerda e logomarca da loja na outra extremidade. Essa repetição é proposital, para fixar a mensagem na mente do leitor e auxiliar a memorização do nome Cila.

A próxima página apresenta a frase de fechamento do texto da peça: “que faz a combinação perfeita com o... Instituto Xopotó”. Todas as frases foram dispostas através do mesmo jogo lúdico de palavras e neste caso, utilizou-se a cor cinza no lugar da branca, para dar visibilidade na cor de fundo da página, que é branca. A cor verde é utilizada para reforçar o nome do Instituto que exerce um trabalho de preservação ambiental, incentivando a fabricação de bolsas de palha de milho. O verde é adequado para se tratar de questões associadas ao meio ambiente. No rodapé dessa página ainda se encontram as logomarcas da Loja Cila, da Associação dos Pequenos Produtores Agroartesanais de Brás Pires e Região, do Projeto Fornada, que fabrica as bolsas de palha e do Instituto Xopotó, reforçando a parceria.

Na próxima página há um texto institucional, no qual encontramos uma breve explicação de todo o conteúdo já visto, ou seja, das associações feitas relacionando-as às “boas misturas de Minas”. E assim como elas, afirma que a parceria entre o Instituto Xopotó e a Cila faz a perfeita combinação do bem com a moda. O bem é representado pela contribuição na preservação do meio ambiente e promoção do desenvolvimento local e a moda é representada pela marca Cila, uma das mais conceituadas de Minas, no quesito moda praia. Ao final do texto, há um convite para conhecer o Instituto, através do endereço eletrônico, o site, o qual ainda é pouco acessado.

Na contra-capas tem-se o mesmo tom amarelo-ouro da capa, para dar continuidade a ela. Ao centro da página encontramos o site da Loja Cila para que o cliente possa saber mais sobre as bolsas que estão à venda na revista e verificar o endereço mais próximo em que se pode



encontrá-las. Na porção inferior direita, há uma relação de nomes dos produtores da revista e das modelos que participaram do ensaio fotográfico.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

A revista customizada apresenta formato A3, dois grampos, uma dobra, papel couchê 120 gr e é composta por capa, contracapa e quatro páginas frente e verso. Escolheu-se o formato acima por se tratar de uma peça gráfica relacionada à moda, sendo assim composta em sua grande parte, por fotografias. O tamanho A3 permite destacar as imagens, possibilita a observação de pequenos detalhes que não podem ser vistos em uma peça em formato inferior e realça o produto a ser anunciado.

6 CONSIDERAÇÕES

Com o intuito de propagar a responsabilidade social utilizou-se o meio revista, customizado, voltada à moda, para divulgar um produto artesanal, ecologicamente correto, evidenciando o charme e a feminilidade da mulher mineira. O formato da revista foi fundamental para evidenciar o produto anunciado e destacar os detalhes, cores, texturas, iluminação e toda a produção utilizada. Sem dúvidas, uma experiência grandiosa, pois, transmitir o valor de um produto não é uma tarefa fácil. Faz-se necessário um estudo aprofundado do público alvo e a escolha do veículo é fundamental para a adequação ao objetivo proposto.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FARINA, M. Coleção Ciências e Técnicas Empresariais e de Comunicação. São Paulo: Ed. Edgard Blucher Ltda., 1990