

Cartaz: A Culinária Mexicana¹

Paulo Henrique Paro²

William Wendel³

Marcelo Prada⁴

Fábio Dias⁵

Cristiane Peixoto Nabarretti⁶

Faculdade Anhanguera de Santa Bárbara d'Oeste, São Paulo

Resumo

O trabalho apresentado tem como objetivo divulgar o lançamento de um livro sobre a Culinária Mexicana, com receitas típicas e um pouco da história gastronômica do México. Sua produção ocorreu de acordo com a teoria apresentada em sala e ressalta a qualidade do corpo docente da Faculdade Anhanguera de Santa Bárbara d'Oeste. A vitalidade presente na peça apresentada é facilmente reconhecida através da combinação de cores e elementos que fazem com que o intangível ganhe vida, e o cartaz se apresente como uma peça exclusiva e absolutamente funcional, sanando as necessidades do cliente. A peça a seguir representa a categoria avulsa cartaz.

Palavras-chave

Cartaz; culinária; México.

INTRODUÇÃO

Este posicionamento tem como objetivo pormenorizar o desenvolvimento da peça publicitária criada para o tema “Culinária Mexicana”. Através das aulas recebidas no curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, pode ser realizado um trabalho com fundamentação teórica conceituada e respaldo didático preciso.

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Publicidade E Propaganda, modalidade cartaz

² Aluno líder do grupo e Estudante do 4º. Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, dig_dig_joy_in_jamaica@hotmail.com

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, parminto_kusch@hotmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, marcelo@dumkt.com.br

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, fabio@onz.com.br

⁶ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, crispeixoto1@yahoo.com.br

Após a definição da ideia proposta para trabalho, houve então a produção de uma imagem que representasse fielmente as cores da bandeira do México, utilizando alguns dos temperos típicos daquele país como fundo cromático, buscando ativar sensações no receptor da mensagem.

Uma imagem mental inicial estimulante é o primeiro passo essencial para criar um anúncio vencedor, pois é o que determina se seu possível cliente continuará ouvindo. Uma imagem mental inicial invasiva e intrigante levará o possível cliente a abandonar o pensamento que tem no momento. (Williams, Roy H., 2000, p. 116).

Mostrou-se imprescindível a utilização de técnicas de criação e execução vistas em sala de aula, além do empirismo e da bagagem vivenciada pela dupla de criação responsável pela peça.

OBJETIVO

O objetivo deste relatório é detalhar o desenvolvimento da peça publicitária criada para o tema “Culinária Mexicana”.

JUSTIFICATIVA

A criação do cartaz publicitário com tema gastronômico foi proposto pelo professor e orientador Fábio Dias, como parte de suas requisições para complemento de nota e verificação de aprendizagem. Sua criação corresponde à necessidade do cliente de ser visto, divulgado e reconhecido. O cartaz apresenta-se como uma mídia de baixo custo e alta visibilidade, tendo a possibilidade de ser fixado em uma grande variedade de lugares e com grande fluxo de pessoas, além de ser uma mídia que atinge vários grupos de pessoas com o mesmo interesse. Para Julieta de Godoy Ladeira, (1987, p.115) [...] o emissor precisa criar atmosferas insólitas, agradáveis, onde as coisas em geral se processam em termos de problema/solução e de resultados felizes.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS

A ideia central da peça baseia-se na imagem da bandeira do México disposta verticalmente, sendo que as suas três cores predominantes, o verde, branco e vermelho possuem como preenchimento de cor temperos típicos daquele país, como pimentão verde, salsa, cebolinha, limão, alho, cebola, arroz, feijão, sal e pimenta. O brasão de armas fixado no

centro da bandeira não teve alteração. Utilizar os condimentos como cores na bandeira busca convidar o público para uma viagem mental pelos temperos e sabores do México, pois segundo Roy H. Williams (2002, p. 68), [...] ao fazer um convite à imaginação, o lugar para qual a mente viaja será certamente visitado pelo corpo.

Para auxiliar o reconhecimento e compor a imagem com mais elementos foram adicionados efeitos visuais utilizando o Adobe Photoshop CS5® e o Adobe Illustrator CS5®, além de saturação de cor nas respectivas cores originais.

A composição de cores tem destaques para a contradição cromática entre o vermelho, que com o auxílio das pimentas e dos tomates traz a sensação de ardência e calor, e o verde, cor fria, que com o arranjo dos temperos causa a impressão de sabor e equilíbrio.

O branco posiciona-se como a quebra do contraste, mas o faz de maneira sutil, sem perder o choque positivo e sem desagradar o conjunto.

Usar a cor levando em conta os conceitos de harmonia e contraste leva o produto a atingir seus objetivos. É evidente que outros elementos formam o conjunto harmonioso, porém, a cor é fator preponderante em comunicação social. (Collaro, Antonio Celso, 2006, p. 73).

A legibilidade da peça obedece a um padrão de contraste – fundo escuro, tipo claro – que facilita a leitura sem atrapalhar a disposição visual. O *layout* foi feito em blocos de leitura, técnica que também facilita o entendimento do trabalho.

No título “A Culinária Mexicana” a tipografia utilizada foi *Gigi*, tipo decorativo que suscita a ideia de alegria, descontração. No texto de apoio, para dar mais sobriedade por se tratar de uma síntese do título, a fonte escolhida foi *Trajan Pro*.

O objetivo principal da peça é reforçar a variedade de temperos presentes na cozinha mexicana, juntamente com a fusão das cores destes condimentos junto à bandeira do México.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O produto é um cartaz em formato A3 elaborado para campanha de divulgação do lançamento do “Guia completo sobre uma das cozinhas mais ricas em sabor e tempero no mundo”. Segundo Rafael Sampaio (1999, p. 245), cartaz “[...] é uma peça de comunicação gráfica utilizada nas mais diversas formas, em muros, paredes, veículos automotores painéis e no ponto-de-venda”.

O cartaz é a representação da capa do guia, com a adição da informação de “Lançamento Nacional” para facilitar a identificação no momento de leitura.

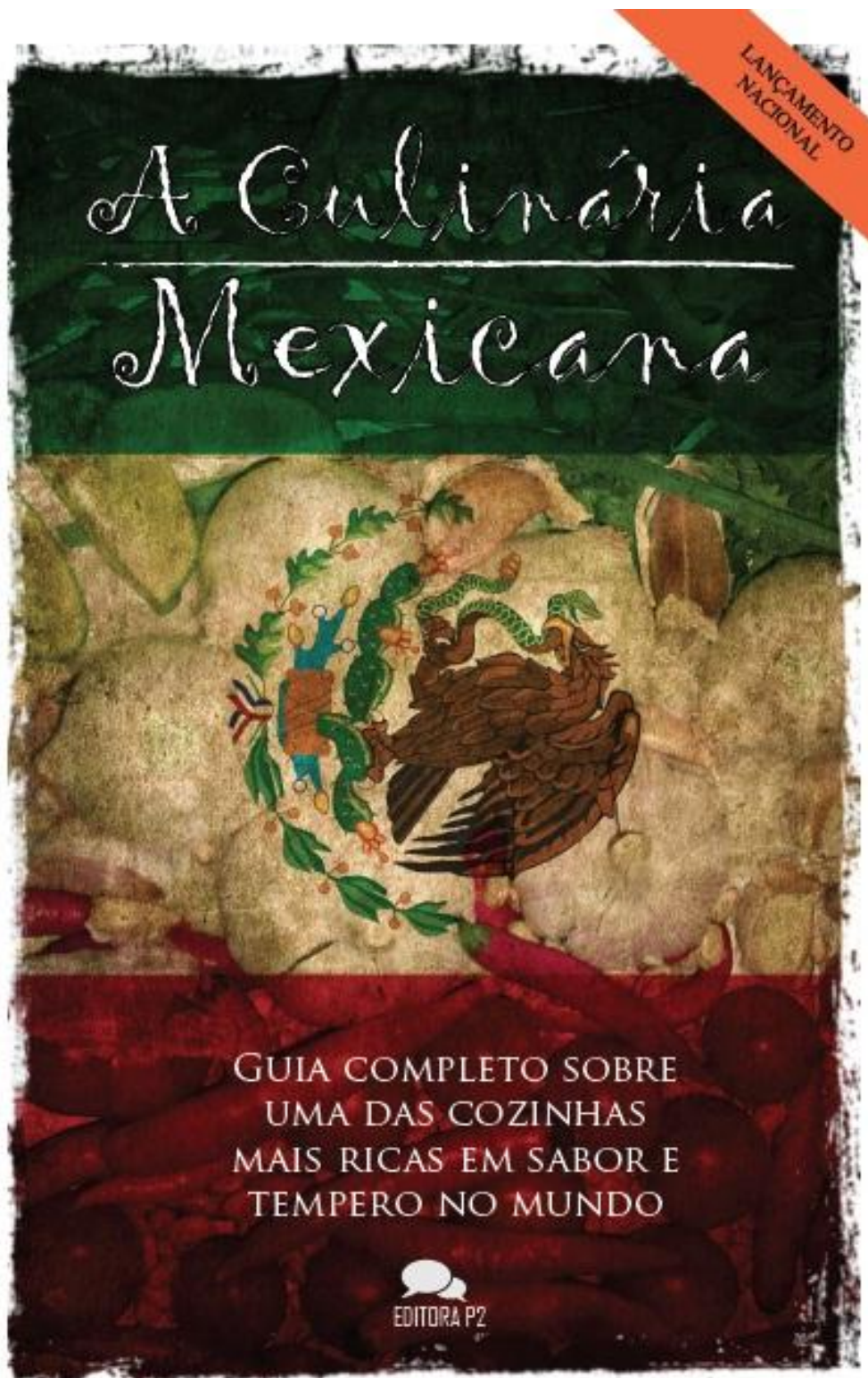


Figura 1. Cartaz A3 “Lançamento Nacional do guia A Culinária Mexicana.

CONSIDERAÇÕES

Através do trabalho realizado, os integrantes puderam ter noções de criação, interatividade e trocas de experiências. Na elaboração da peça publicitária, houve a preocupação em selecionar cores que chamassem a atenção, uma distribuição sem poluição com aspecto jovem e um texto objetivo e de rápida aceitação visual.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COLLARO, Antonio Celso. Projeto Gráfico -Teoria e prática da Diagramação – Novas buscas em Comunicação. **São Paulo: Summus, 2006.**

SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z . **Rio de Janeiro: Elsevier, 2003**

WILLIAMS, H. Roy. Os mundos Mágicos do Mago da Publicidade. **São Paulo: Futura, 2002.**

WILLIAMS, H. Roy. Fórmulas Secretas do Mago da Publicidade. **São Paulo: Futura, 2000.**

LADEIRA, Julieta de Godoy. Contato Imediato com Criação de Propaganda. **São Paulo: Global, 1987.**