

Homenagem aos 70 anos de Elis¹

Marina Ferraz de Oliveira BARROS²

Raphael Barros CAVALCANTI³

Paula Renata Camargo de JESUS⁴

Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, SP

RESUMO

A publicidade impressa, sobretudo na revista, é segmentada. Por elementos verbais e visuais, o anúncio impresso é intencional e pretende persuadir seu público-alvo. O presente trabalho apresenta um anúncio impresso *all type*, ou seja, anúncio elaborado a partir de palavras. O anúncio foi elaborado a partir de uma solicitação de trabalho em sala de aula, na disciplina Criação Publicitária. O trabalho é um anúncio de revista, de página dupla, feito com o intuito de elaborar uma mensagem publicitária de homenagem à cantora Elis Regina, que fez muito sucesso com a música Dois pra lá, dois pra cá.

PALAVRAS-CHAVE: publicidade impressa; *all type*; anúncio de revista; Elis Regina.

1 INTRODUÇÃO

Na publicidade impressa, o texto e a imagem embora fixos, são elementos importantes na mensagem persuasiva, esteja ela em uma campanha ou não. Ou seja, essa integração de texto e imagem trabalhando juntos é o que possibilita a argumentação desejada. Dessa forma, é possível dizer que existe um mecanismo de produção de sentido no momento da criação do texto publicitário, que busca passar em poucas palavras ou com uma imagem as conclusões esperadas do público alvo (SOUZA; SANTARELLI, 2006).

Atualmente, no processo de comunicação é necessário o domínio da relação de codificação e decodificação, já que a leitura dos signos presentes na publicidade é indispensável para a formação publicitária. Quando se trata de um anúncio impresso composto por palavras e imagem, estas são analisadas em conjunto, pois os signos verbais complementam os signos

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade: Anúncio impresso.

² Aluno líder do grupo e estudante do 4º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: marinafob@uol.com.br.

³ Estudante do 4º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda.

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda, email: paularcj@gmail.com.

visuais para reafirmar o significado da peça, ou seja, o texto contribui para a compreensão da imagem e a imagem para com o texto, como um trabalho em equipe. Em contrapartida, quando o anúncio é *all type*, o significado e a mensagem que a peça deseja transmitir ao receptor, precisam ser totalmente contemplados pelo texto publicitário (ZEN, 2012).

Em uma análise do anúncio publicitário impresso as relações intertextuais concernem à campanha publicitária que incorpora este anúncio, assim como o histórico de valores de comunicação do produto ou da marca do anunciante (SOUZA; SANTARELLI, 2006, p.88).

Um texto dialoga com outro em uma relação conhecida por intertextualidade, isso ocorre quando um texto faz referência a outros textos, tanto no plano da expressão quanto do conteúdo. Segundo Fiorin, existem três processos de intertextualidade: a citação, a alusão e a estilização (SOUZA; SANTARELLI, 2006, p.88).

o processo de citação carrega a expressão e o conteúdo do texto citado e mantém uma forte relação referencial entre os textos. Já na alusão, os planos da expressão e do conteúdo permanecem semelhantes, mas a relação referencial entre textos é mediana: a paródia, por exemplo, é uma fórmula alusiva em que a expressão de um texto é apropriada para referenciar o conteúdo de outro texto. A estilização é um processo de intertextualidade mais fraco, em que sobrevive apenas uma impressão, ou procedimento genérico, do estilo do texto que remete (SOUZA; SANTARELLI, 2006, p.88).

O anúncio “Homenagem aos 70 anos de Elis” procura a compreensão dos receptores apenas com o uso da linguagem textual. Quando se utiliza apenas o aspecto verbal, não se exclui o visual, uma vez que elementos verbais, quando publicados em um meio como a revista, também são visuais (JESUS, 2014).

Em relação aos recursos persuasivos utilizados no presente anúncio, buscou-se a intertextualidade, uma vez que o título do anúncio recorre à letra da música “Dois pra lá, dois pra cá”, de João Bosco e Aldir Blanc, que fez muito sucesso na voz de Elis Regina. Sendo assim, uma homenagem à cantora Elis Regina, que faria 70 anos de vida em 2015, em um anúncio da Trama, empresa fonográfica de João Marcelo Bôscoli, filho de Elis, é o foco do presente trabalho.

2 OBJETIVO

O trabalho foi desenvolvido na disciplina Introdução à Criação Publicitária. Os alunos tiveram um prazo de duas semanas para pesquisar, desenvolver os raffles, elaborar o *layout* e apresentar, sempre com a preocupação de seguir as etapas do processo criativo.

O principal objetivo do trabalho foi o de criar uma peça publicitária com a temática música. O estilo musical foi indicado aos alunos e o cantor ou banda uma escolha dos alunos. Para elaboração do anúncio de revista neste trabalho, o estilo indicado foi MPB, e a cantora escolhida pelo grupo foi Elis Regina.

Já o objetivo do anúncio foi o de fazer uma homenagem à cantora Elis Regina, que comemoraria 70 anos de idade, caso estivesse viva.

3 JUSTIFICATIVA

A música popular brasileira faz parte da história e da construção da sociedade brasileira. E a cantora Elis Regina foi uma das principais personalidades que ajudou a moldar esse estilo musical. Mesmo tendo falecido em janeiro de 1982, suas músicas marcaram a vida de tantas pessoas que ainda estão muito presentes no cenário musical brasileiro e na memória de quem era fã da cantora.

As músicas de Elis não se prenderam apenas ao gênero MPB, a cantora também se aventurou pela bossa nova, pelo samba, pelo jazz e até mesmo o rock fez parte de alguma de suas criações. As suas canções são tão poderosas que até hoje atingem gerações de pessoas que nasceram após a data do seu falecimento.

Por isso, uma homenagem a uma das maiores artistas da música brasileira e sua vasta obra é necessária. E o ano não poderia ser mais significativo, a cantora completaria 70 anos de vida, uma ótima data para relembrar sua memorável trajetória.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para a produção do anúncio foi utilizado o Adobe Photoshop. O texto e o raffle do anúncio foram feitos previamente, sendo decididas com antecedência a colocação e a estruturação das palavras, de acordo com a página dupla e o ponto focal. Depois do anúncio elaborado,

foi escolhido o fundo, que de maneira harmoniosa, passou a ter relação com a suavidade que é o tema, ou seja, uma homenagem. Com o anúncio pronto, foi importante imprimir e aplicar em página dupla, na revista. Assim foi possível verificar se realmente funcionaria o *layout* quando aplicado.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

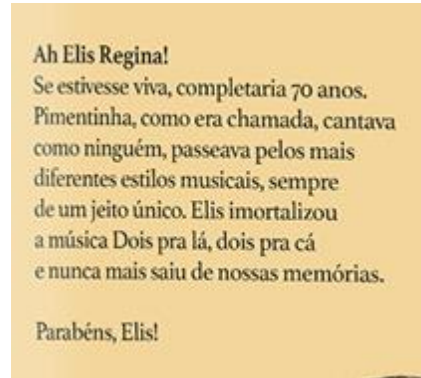
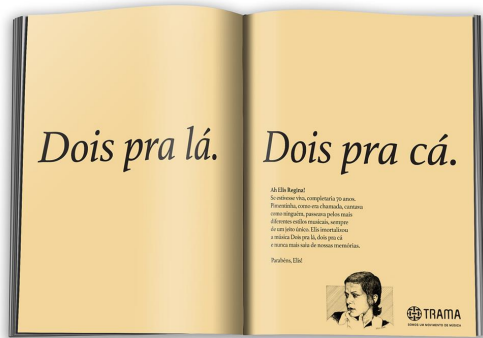
O trabalho como um todo foi dividido em etapas. Da concepção da ideia à execução. A execução envolveu a pesquisa sobre a temática, a construção das diretrizes criativas, a produção textual e visual do anúncio para ser apresentado à professora e aos alunos da disciplina.

Em relação às etapas, primeiro foi necessário um *brainstorm* para decidir qual seria a mensagem a ser passada e qual a melhor maneira de fazer isso dentro do formato pedido, anúncio de revista. Nessa etapa foi decidido fazer a homenagem à cantora Elis Regina em um anúncio de página dupla, *all type*. Também ficou decidido naquele momento que o cliente seria a Trama, uma empresa fonográfica, do filho da Elis. Nada mais coerente do que uma homenagem da empresa, que já vinha fazendo eventos comemorativos à data, assinando o anúncio.

A segunda etapa foi produção do texto que faria parte do anúncio. Inicialmente foram pesquisadas referências de músicas que marcaram a carreira da cantora com a intenção de atingir os apreciadores das suas canções. Dessa forma, surgiu a ideia de utilizar a música “Dois pra lá, dois pra cá”, que fez muito sucesso na voz de Elis. Parte da música utilizada no título foi bastante sugestivo, pois além de remeter à cantora, também foi possível utilizar o duplo sentido com a “brincadeira” linguística à estrutura da revista, colocando o “pra lá” em uma página e o “pra cá” na outra.

A imagem de Elis Regina por meio de ilustração deu uma suavidade, como sombra, remetendo à lembrança da cantora. A imagem próxima à assinatura da Trama reforçou a homenagem e também a intenção de finalizar o anúncio.

O texto remete à saudade da Elis, mas de uma maneira intimista, utilizando o apelido da cantora e aspectos emocionais. O texto faz parte do anúncio considerado de oportunidade. Anúncios de oportunidade têm vida curta, uma vez que ocupam pouco tempo na mídia e estão atrelados a ocasiões específicas, datas e homenagens (JESUS, 2014).



Por fim, o layout foi elaborado no programa Adobe Photoshop. O fundo amarelo sólido em um tom mais suave foi usado para destacar o texto, sem que pudesse haver a interferência de imagens ou texturas. A tipografia escolhida foi mais suave e delicada, pensando em remeter ao tom romântico e suave do bolero “Dois pra lá, dois pra cá”.

6 CONSIDERAÇÕES

A elaboração do trabalho foi uma grande oportunidade de aprendizado, principalmente no que diz respeito às etapas do processo de criação. Após a finalização e apresentação do anúncio à professora e à turma, o trabalho foi muito bem avaliado. Uma vez bem avaliado, promoveu o envolvimento dos integrantes do grupo com a publicidade e, principalmente, com a criação publicitária. Pois todos vivenciaram as etapas do processo de criação, desde a concepção da ideia até a sua execução. O raciocínio criativo e o exercício prático obtidos a partir da construção deste anúncio, contribuiu para o crescimento profissional de todos os envolvidos. Além disso, o anúncio atualmente faz parte do portfolio dos alunos. Por fim, o trabalho foi muito elogiado pela professora da disciplina, incentivando o grupo a divulgá-lo para além do ambiente da universidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

JESUS, Paula R C. **Criação Publicitária** - conceitos, ideias e campanhas. São Paulo: Mackenzie, 2014.

SOUZA, Sandra; SANTARELLI, Christiane. **Publicidade visual: uma proposta de percurso analítico da imagem persuasiva.** Revista Galáxia, São Paulo, n. 12, p. 83-101, dez. 2006.

VIEIRA, Stalimir. **Raciocínio criativo da publicidade.** São Paulo: Martins Fontes, 2007.

ZEN, Rafael Luiz. **A Palavra-ícone: uma abordagem semiótica para a compreensão de anúncios all type.** Revista da Unifebe, n. 10, p.197-209, 2012.

APÊNDICE – Anúncio Impresso

