

DESAFIOS PARA UMA NOVA SÃO PAULO: ANÁLISE DAS CAMPANHAS DO IPTU 2014 FEITAS POR ESTUDANTES

ALVES, A. ¹, MIRKHAN, B. ², GIANINI, P. ³

RESUMO : O artigo origina-se da disciplina “Redação Publicitária I” na Universidade Presbiteriana Mackenzie, onde depois de várias apresentações, selecionamos dentre 78 anúncios, 20 que nos chamaram atenção sobre o tema IPTU.

O IPTU (Imposto Sobre a Propriedade Predial e Territorial Urbana) tem como fato gerador a propriedade, o domínio útil ou a posse de propriedade imóvel localizada em zona urbana. Sua finalidade principal é a obtenção de recursos financeiros para os municípios, embora ele também possa ser utilizado como instrumento urbanístico de controle do preço da terra. Temos como objetivo fazer com que os cidadãos honrem o compromisso de pagar o imposto na data certa. Com atitudes corretas o dinheiro será investido em infraestrutura e melhorias para a cidade. E infelizmente vemos através de notícias o quanto boa parte da população está com o pagamento atrasado, fazendo com que as mudanças demorem mais do que o devido. Nosso dever como cidadão é alertar aos outros o benefício desse imposto.

PALAVRAS-CHAVE: Compromisso, comunicação, IPTU.

INTRODUÇÃO

A cidade de São Paulo foi fundada em 1554 por padres jesuítas com a construção de um colégio por 12 padres, entre eles Manuel da Nóbrega e José de Anchieta. Esse colégio tinha por finalidade catequizar os índios. São Paulo permaneceu durante os dois séculos seguintes, como a única vila no interior do Brasil.

Por ser a região mais pobre da colônia portuguesa na América, em São Paulo teve início a atividade dos bandeirantes, que se dispersaram pelo interior do país à caça de índios porque, sendo extremamente pobres, os paulistas não podiam comprar escravos africanos. A descoberta do ouro na região de Minas Gerais, na década de 1690, fez com que as atenções do reino se voltassem para São Paulo. Foi criada, então, em 3 de novembro de 1709, a nova Capitania Real de São Paulo e Minas do Ouro pela coroa portuguesa. Em 11 de julho de 1711, a Vila de São Paulo foi elevada à categoria de cidade.

Após a Independência do Brasil, São Paulo recebeu o título de Imperial Cidade, em 1823. Em 1827, houve a criação de cursos jurídicos no Convento de São Francisco (que daria origem à futura Faculdade de Direito do

¹Artigo produzido pelos alunos de Publicidade e Propaganda da Universidade Presbiteriana Mackenzie sob orientação do professor Dr. Adolpho Queiroz.Aline

Largo de São Francisco), e isso deu um novo impulso de crescimento à cidade.

Outro fator do crescimento de São Paulo foi à expansão da produção do café, inicialmente na região do Vale do Paraíba paulista, e depois nas regiões de Campinas, Rio Claro, São Carlos e Ribeirão Preto. De 1869 em diante, São Paulo passa a beneficiar-se de uma ferrovia que liga o interior da província de São Paulo ao porto de Santos, a Estrada de Ferro Santos-Jundiaí.

Surgem, no final do século XIX, várias outras ferrovias que ligam o interior do estado à capital, São Paulo. A cidade tornou-se, então, o ponto de convergência de todas as ferrovias vindas do interior do estado. A produção e exportação de café permitem à cidade e à província de São Paulo um grande crescimento econômico e populacional. Logo após, começaram a receber imigrantes italianos que se fixaram na capital, e as primeiras indústrias começaram a se instalar. Com isso a cidade evoluía cada vez mais.

Nos dias de hoje a cidade é mundialmente conhecida e exerce significativa influência nacional e internacional, seja do ponto de vista cultural, econômico ou político. Hoje conta com importantes monumentos, parques e museus, como o Memorial da América Latina, o Museu da Língua Portuguesa, o Museu do Ipiranga, o MASP, o Parque Ibirapuera, o Jardim Botânico de São Paulo e a Avenida Paulista, e eventos de grande repercussão.

Apesar de São Paulo ser a sexta cidade mais populosa do planeta e a quarta maior aglomeração urbana do mundo, há um contraponto: a cidade tem grandes problemas de infraestrutura, educação, criminalidade e outros.

Um dos meios para melhorar parte desses problemas é através do pagamento do IPTU (Imposto Sobre a Propriedade Predial e Territorial Urbana), que tem como fato gerador a propriedade, o domínio útil ou a posse de propriedade imóvel localizada em zona urbana. Sua finalidade principal é a obtenção de recursos financeiros para melhorias na cidade. Para se realizar uma campanha para esse imposto é preciso do compromisso das pessoas, para que os benefícios venham de maneira mais rápida.

Os principais problemas enfrentados pelo IPTU, não são formas com que as campanhas são projetadas, nem os meios de comunicação os quais são veiculadas, mas sim pelo fato das pessoas não levarem a sério esse imposto e sempre deixar o pagamento pra última hora, sem honrar o compromisso. Uma alternativa para esse problema poderia ser, deixar mais atraente as formas de pagamento como, por exemplo, oferecer um desconto às pessoas que pagarem a vista o IPTU com data de vencimento prevista.

Os meios mais utilizados para esse tema é internet, televisão e jornal. É preciso utilizar meios de comunicação em massa, veículos onde grande parte da população tem acesso para atingir o maior número de pessoas, já que todos os cidadãos tem o dever de pagar esse imposto.

METODOLOGIA

A disciplina de redação sobre varejo, para o curso de Publicidade da Universidade Presbiteriana Mackenzie, teve como perspectiva, apresentar aos alunos a ideia de que o varejo é praticado por inúmeros segmentos comerciais, institucionais, governamentais, públicos, entre outros. Vários dos seus aspectos foram abordados na

disciplina "Redação Publicitária I".

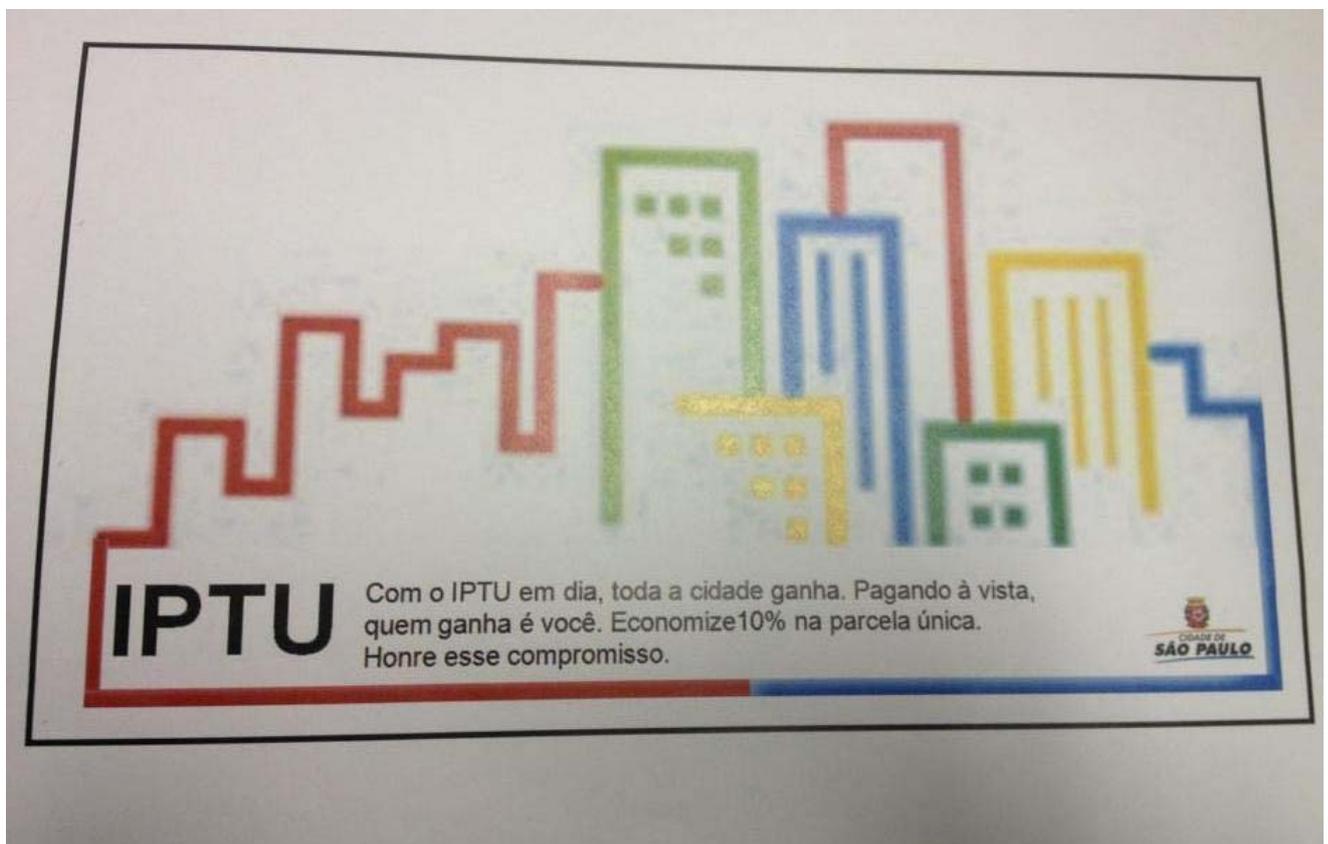
A cada aula o professor responsável apresentava ao grupo um briefing de uma peça a ser construída e apresentada na aula seguinte. Os temas, sempre provocadores, focavam aspectos inusitados do campo profissional. Construir um anúncio para uma agência funerária, ler um edital e reescreve-lo, um anúncio sobre o IPTU, outro sobre uma ONG, outro sobre uma estatal. Enfim, temas pouco abordados em exercícios práticos.

Cada aluno tinha que apresentar e defender sua criação na aula seguinte. Em seguida as peças eram expostas na lousa e a classe "votava", escolhia e justificava aquele que era considerado o melhor trabalho.

Esta atividade foi realizada em três turmas diferentes. E os melhores trabalhos sobre o tema do Imposto Predial e Territorial Urbano, foram selecionados por este grupo, para uma análise e considerações sobre texto, foto, harmonia da tríade criativa. Dos 78 trabalhos apresentados na disciplina, foram selecionados 20 e dentre estes, o grupo optou pela seleção dos três melhores criados em sala de aula. Ao final do artigo, os integrantes do grupo manifestaram-se pessoalmente sobre o impacto da disciplina na sua formação acadêmica. O resultado deste processo é descrito e comentado no presente artigo.

ASPECTOS DE SALA DE AULA

A disciplina "Redação Publicitária I", do curso de Publicidade e Propaganda do Mackenzie, no 1º semestre de 2013, discutiu temáticas do varejo, entre elas o IPTU e dos exercícios feitos em classe, foram selecionados os que o grupo considerou melhores.



Escolhemos esse anúncio por conta da ilustração dos prédios e a disposição do texto.



Esse anúncio foi selecionado, pois a foto e o fundo da imagem foram bem criativos com um texto curto e direto.



Escolhemos esse por conta da fotografia.

Construímos a cidade e ela nos constrói

Vamos investir nessa cidade que faz parte de nossa história. Seja na rua, no teatro, no museu, nos parques, em todo lugar.

IPTU 2014

Até 10/02 desconto de 10% na parcela única

5 % no parcelado

PREFEITURA DE SÃO PAULO
FINANÇAS E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

Nesse anúncio o que chamou atenção foram as cinco fotos dos diferentes locais da cidade e também o texto com opções de descontos e data definida.

IMPORTANTE PARA TODO MUNDO!

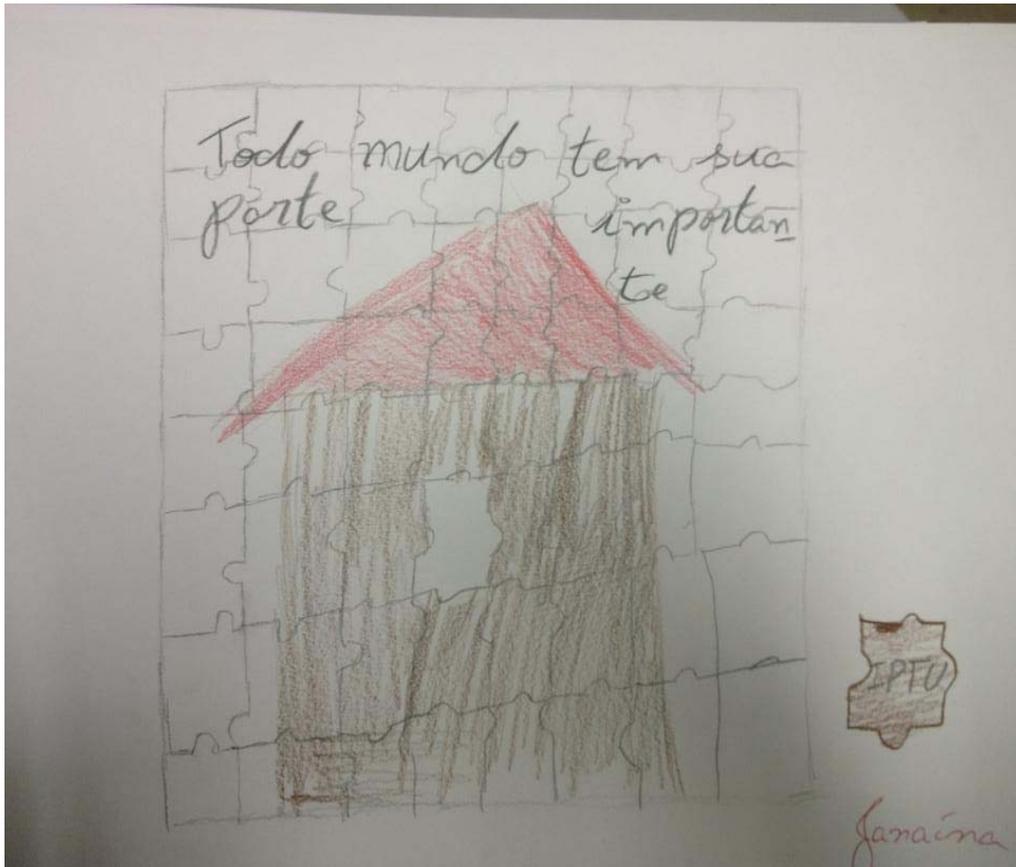
IPTU, imposto brasileiro sobre propriedade territorial urbana, tem como objetivo fiscalizar as propriedades privadas de pessoas físicas ou jurídicas que mantêm a posse do imóvel.

Sua finalidade principal é a obtenção de recursos financeiros para os municípios como a construção de novas pontes, estradas, asfaltos, melhoramento no saneamento básico, em esgotos, postes de luz entre outros itens básicos que existem para uma cidade funcionar.

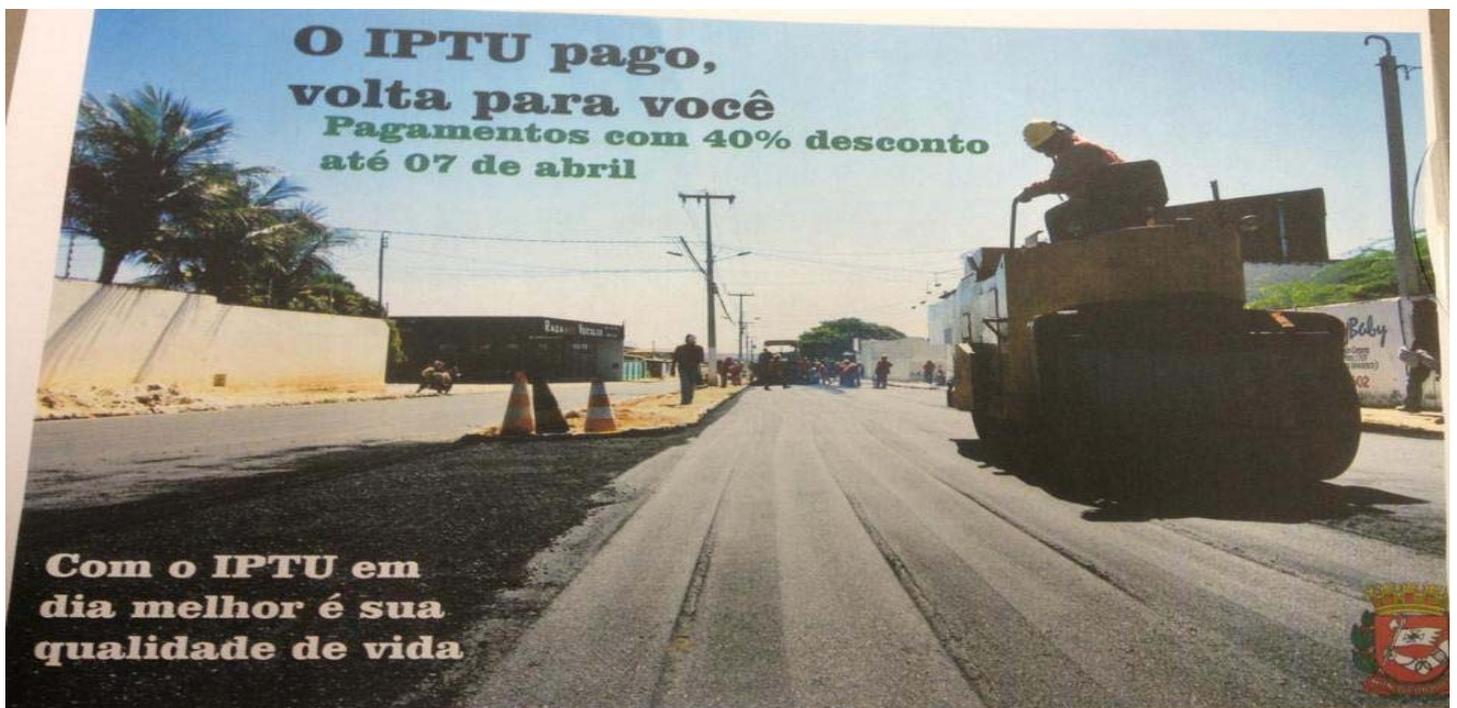
PRESERVE NOSSA CIDADE!
Não deixe de PAGAR o IPTU e garantir o crescimento e melhoria do que é nosso!

PREFEITURA DE SÃO PAULO

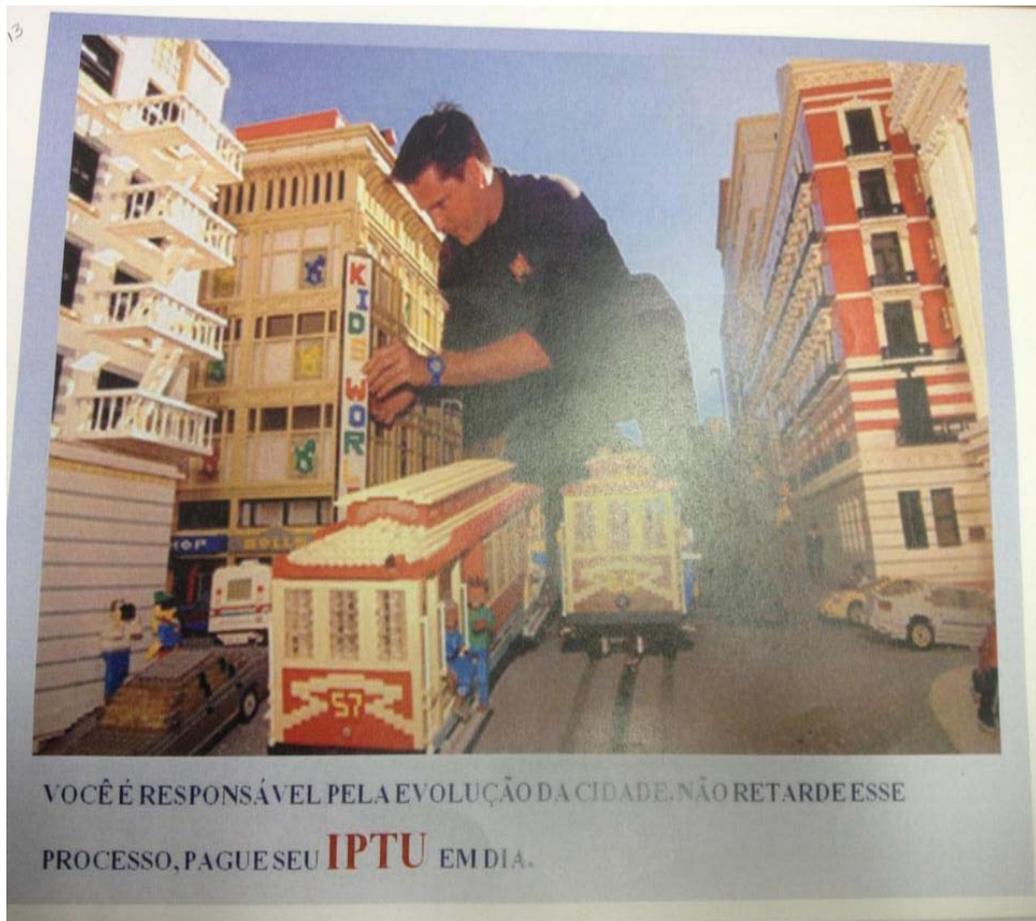
Neste anúncio há um jogo de palavras feito com o nome IPTU criativo.



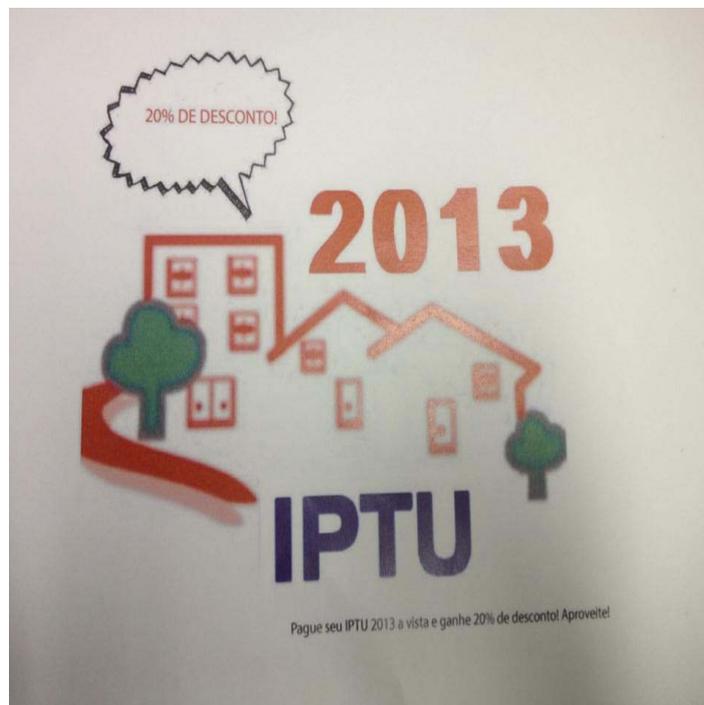
Esse anúncio foi super criativo em fazer a casa como quebra-cabeça e o IPTU sendo uma parte importante dela.



O que chamou a atenção neste anúncio foi o texto, induzindo o leitor a pagar o IPTU, o qual gera benefícios para quem paga



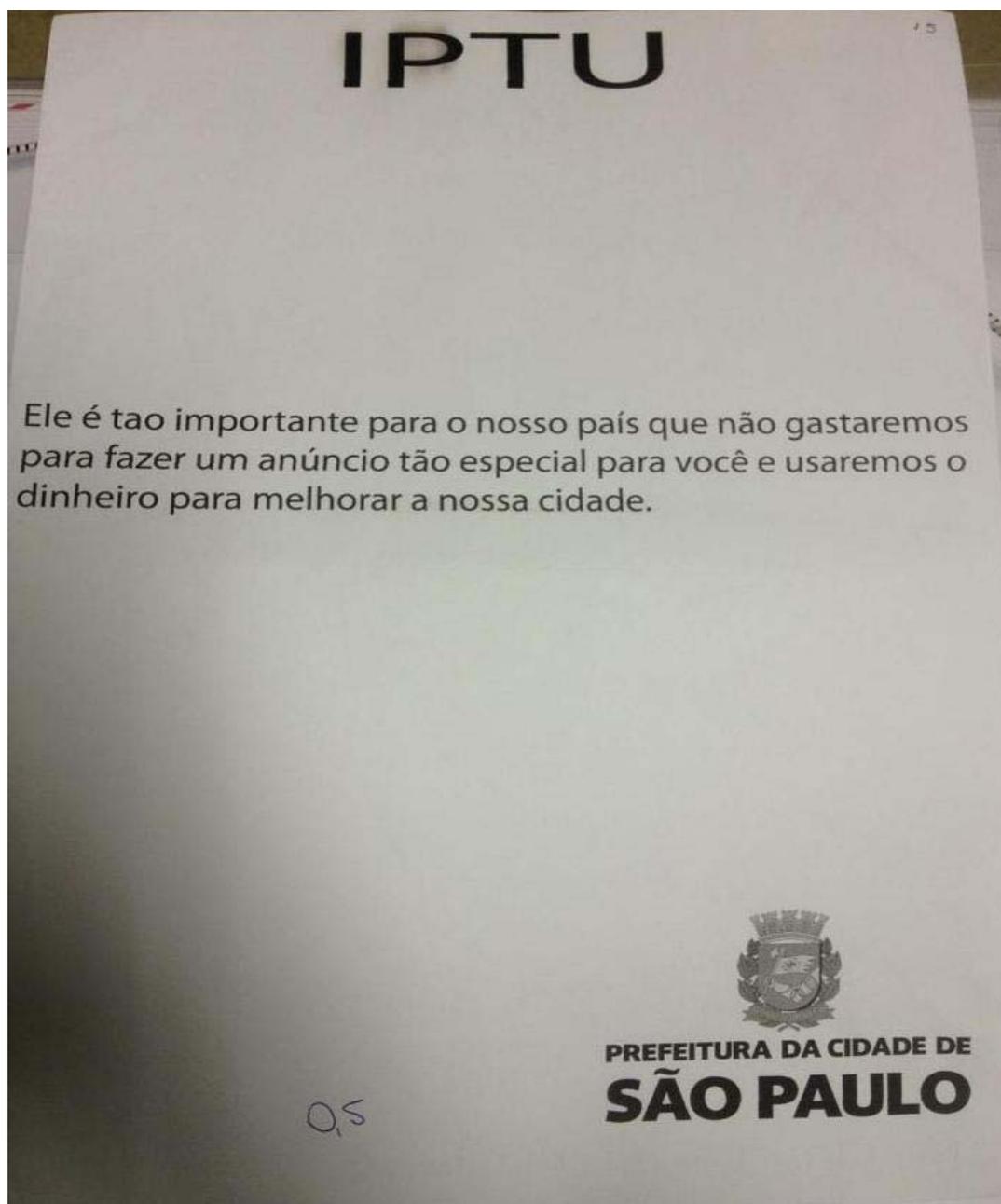
A ideia da imagem foi bem legal, um homem montando uma cidadezinha feita em lego.



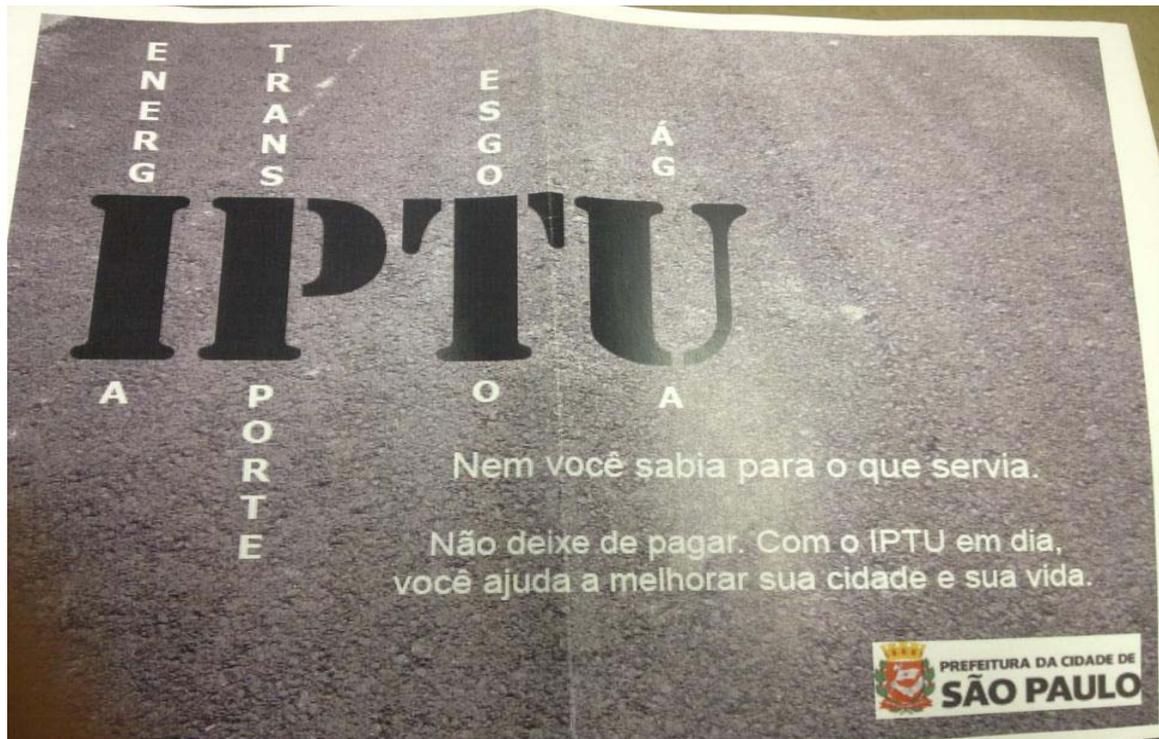
Simple e direto o anuncio chama atenção pela imagem das casas e prédios em desenho.

ANÁLISE

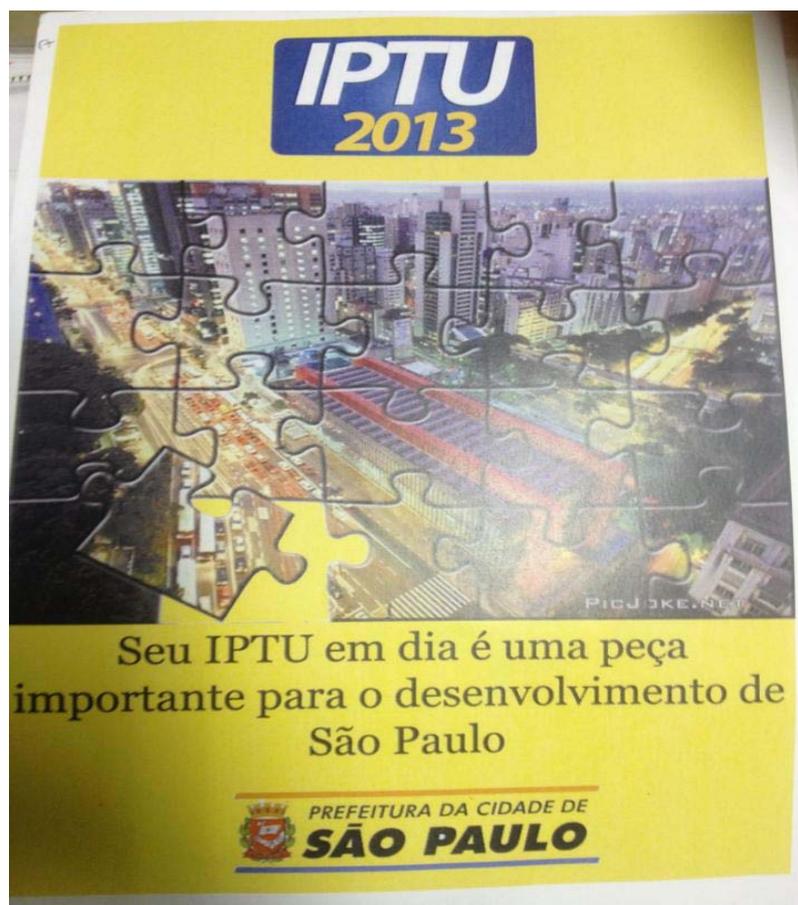
Dentre os 20 trabalhos, selecionamos os três anúncios que funcionariam para atingir o resultado esperado.



Selecionamos esse como um dos três melhores pelo fato dele ser super criativo, olhando por um lado que nenhum outro foi. É um anúncio simples com um texto abordando que o IPTU é tão importante para o país que os anunciantes não quiseram gastar para fazer o anuncio e usar essa verba para a melhoria da cidade. Esse anúncio funcionaria, uma vez que ele, por ser tão simples, induz os cidadãos a refletirem sobre o assunto através da forma com que esse tema é retratado no anúncio e assim a se comprometerem mais com seu país.



Escolhemos esse anúncio como um dos três melhores também, porém diferente do outro ele vai para uma ideia ilustrativa muito criativa, utilizando as letras IPTU para formar outras palavras relacionadas à melhoria da cidade, estas são: enErgla, transPorte, esgoTo e ágUa. Há também um texto embaixo abordando que a maioria das pessoas não sabem o significado da sigla, IPTU, e para elas não deixarem de pagar, pois com esse imposto pago em dia sua cidade e qualidade de vida ficam muito melhor. Esse anúncio poderia funcionar, pois é uma maneira criativa de se tratar um assunto rotulado como “chato” para as pessoas, e através da criatividade, induzir os cidadãos a pagar esse imposto em dia.



Como último anúncio dos três melhores escolhemos esse pela brilhante ideia em fazer uma imagem da Avenida Paulista/MASP em São Paulo, um quebra-cabeça e ainda, de fazer um texto complementar a ideia da imagem, com as seguintes palavras: "Seu IPTU em dia é uma peça importante para o desenvolvimento de São Paulo".

Esse anúncio funcionaria, pois é uma maneira divertida de abordar esse tema, e em relação ao texto, serve para que as pessoas se conscientizem de que assim como o IPTU é uma peça importante para o desenvolvimento da cidade, os cidadãos também são e o pagamento desse imposto em dia ajuda a transformar uma São Paulo melhor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nas considerações finais, selecionamos os depoimentos de alguns dos integrantes do grupo sobre o impacto desta disciplina na sua formação e ampliação de conhecimentos sobre anúncios de varejo. Para a aluna Bruna Mirkhan, o curso de Redação Publicitária trouxe novidades e conhecimentos sobre vários assuntos. Uma das curiosidades percebidas é que quando pensando em varejo logo vem na mente uma ideia maçante e quadrada, mas o interessante é que o varejo é mais abrangente do que muitos pensam. Durante todo o curso, orientado

pelo professor Adolpho Queiroz, abordava-se situações inusitadas para aprendermos a lidar as mesmas da melhor maneira possível, nos dando temas complexos para serem trabalhados durante o período. Um exemplo de uma situação diferenciada foi um velório, no qual tivemos que fazer um anúncio sutil, e que atinja da maneira certa o público por ser um tema é pesado.

Outro aspecto super relevante a respeito da disciplina foi o fato de cada aluno ter que se apresentar diante da sala e falar a respeito do trabalho, com o objetivo de aprendermos nos expressar da melhor maneira possível o futuro que nos espera.

Em suma, cada campanha apresentada aprendemos algo novo, como por exemplo, o significado de um edital e para que servia o IPTU, tema do artigo lido. Nossa finalidade, portanto, é fazer com que os indivíduos honrem com suas responsabilidades.

A aluna Patricia Gianini do 4º semestre de Publicidade e Propaganda do Mackenzie discutiu sobre as temáticas do varejo e entre elas o IPTU na disciplina “Redação Publicitária I”. Antes de iniciar o curso minha percepção sobre o varejo era muito singela, simples e vaga, associava esse tema a algo popular. As campanhas de divulgação do varejo comerciais e anúncios eram maçantes, repetitivos, “irritantes” e nada criativos.

Durante a disciplina de redação foi pedido para que os alunos fizessem anúncios de varejo, com as seguintes temáticas: anúncio funerário, anúncio de ONG, edital da Petrobras e anúncio para IPTU. Em aula os alunos deveriam apresentar o seu anúncio e por fim, havia uma discussão em sala dos melhores anúncios e porque eles funcionariam no mercado. Através dessa dinâmica orientada pelo professor, eu pude ampliar meus conhecimentos a respeito do varejo e compreender que esse tema é popular, pois ele tem o objetivo de atingir o maior número de pessoas possíveis. É preciso então, utilizar meios de comunicação de massa e veículos que grande parte da população tem acesso para atingir o maior número de pessoas. Os meios mais utilizados para esse tema são internet, televisão e jornal.

A sigla IPTU significa Imposto sobre a Propriedade Predial e Territorial Urbana. Antes das atividades dadas pelo professor, eu não sabia o que significava essa sigla, porém hoje eu tenho esse conhecimento e sei também que quando você paga o IPTU, está ajudando a construir uma São Paulo melhor, pois esse é o único imposto que fica integralmente no município. Toda a arrecadação é destinada a obras e projetos novos e de melhoria na cidade, nas áreas de educação, lazer, saúde, segurança e infraestrutura. Por isso devemos pagar o IPTU em dia e honrar esse compromisso.

Já a opinião dada pela aluna Aline Alves Garcia, do curso de Publicidade, Propaganda e Criação, da Universidade Presbiteriana Mackenzie, na disciplina “Redação Publicitária I” sobre a temática do varejo e outros temas abordados:

“ Na minha cabeça, quando falávamos de Varejo, vinha algo como promoção de mercados, algo mais popular, exagerado, com muita informação e não muito criativos e inovadores, era algo óbvio.

Ao longo da disciplina foram solicitados trabalhos de diferentes pontos que o varejo abrange, como por exemplo, anúncios de ONG, funerário, sobre a Petrobras e por último foi abordado o assunto IPTU. Quando foi apresentada essa ideia não soube muito bem o que falar, já que é um assunto que não costumo discutir tanto em casa quanto na rua, o que tornou mais complicada a elaboração do anúncio.

A proposta era de que cada aluno deveria apresentar e explicar o seu anúncio, e depois todos seriam votados pela sala para que escolhêssemos qual teria melhor resultado caso fosse veiculado.

Com esse trabalho, e analisando o dos outros colegas de turma, pude entender melhor quais são os benefícios que o IPTU pode trazer para uma cidade e para cada um de nós e também soube o que significava a sigla IPTU (Imposto Sobre a Propriedade Predial e Territorial Urbana).

Por fim, tenho convicção que todos os trabalhos feitos sobre o varejo, me fizeram entender melhor como lidar com esse tipo de comunicação e também me inteirar sobre todos os temas discutidos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS E WEBGRÁFICAS

[http://pt.wikipedia.org/wiki/S%C3%A3o_Paulo_\(cidade\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/S%C3%A3o_Paulo_(cidade))