



## **Banner: Super Publicitário<sup>1</sup>**

Allan Marlon da Mata SILVA<sup>2</sup>

Universidade Potiguar - UnP

### **RESUMO**

Com a finalidade de divulgar o curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Potiguar (UnP), foi elaborado uma série de quatro *banners* institucionais denominada “O Super Publicitário Rumo ao Sucesso”, realizado pelo aluno Allan Marlon da Mata Silva. Cada peça visa a prospecção de novos alunos, enfatizando diversas qualidades do curso.

**PALAVRAS-CHAVE:** Publicidade; UnP; Banner.

### **1 INTRODUÇÃO**

Produzido no segundo semestre de 2010, os *banners* tiveram a obrigatoriedade de qualquer peça publicitária: garantir sua aceitação pelo público-alvo, buscando o convencimento do mesmo, além de apresentar um *design* condizente com a empresa, se utilizando de um conceito bem estruturado, que evidencie suas qualidades.

### **2 OBJETIVO**

Transmitir ao *target* as vantagens de se fazer o curso, buscando a aceitação do público-alvo pela peça, e o interesse pela graduação que a instituição oferece.

### **3 JUSTIFICATIVA**

Desenvolver o aprendizado de técnicas de diagramação, design gráfico e utilização das cores, entre outros conteúdos vistos em sala de aula nas disciplinas de Criação, Produção Gráfica e Direção de Arte. O projeto, ao mesmo tempo, proporciona

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Ilustrações.

<sup>2</sup> Aluno estudante do 8º Ano do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Potiguar – UnP



ao acadêmico uma experiência próxima do que ocorre no mercado de trabalho, já que o resultado final é vinculado a uma empresa real, no caso, a Universidade Potiguar.

## **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Primeiramente foram levantados os dados da instituição, como perfil, histórico de comunicação, áreas de atuação, entre outros. Depois disso, a análise partiu para o público-alvo, seu histórico, localidades e região onde reside, etc.

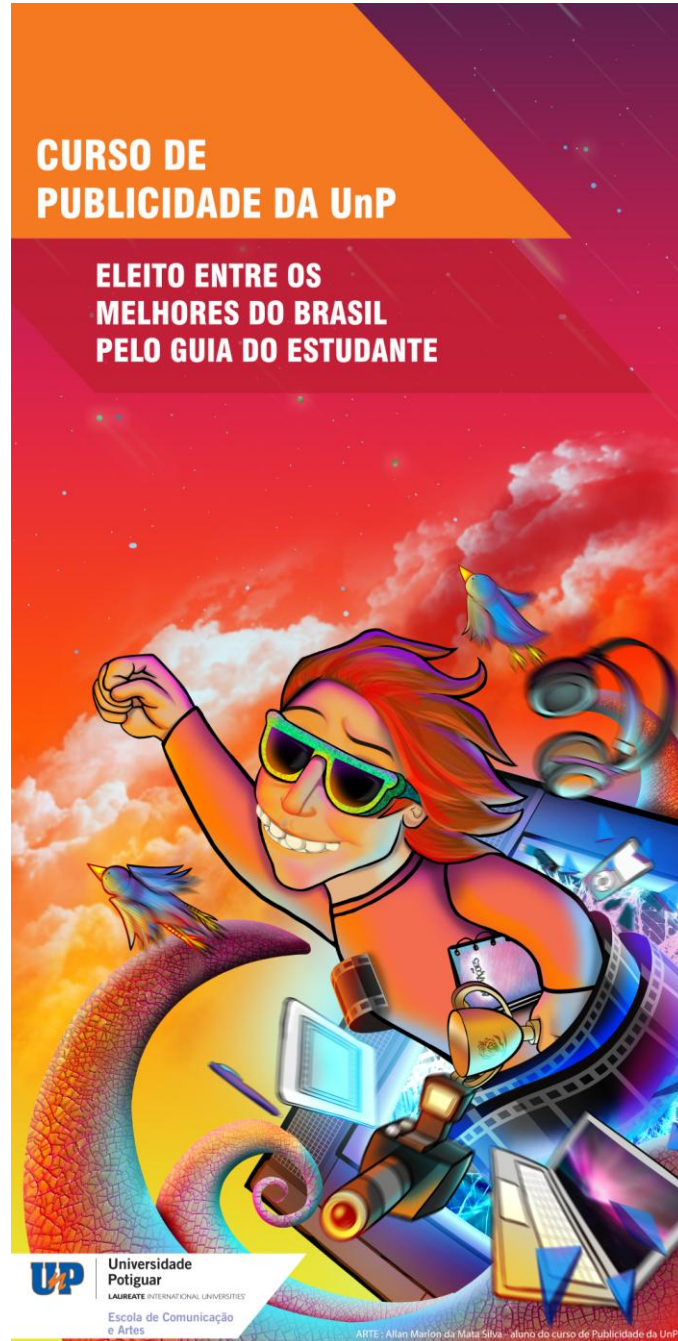
Na etapa posterior de elaboração da peça, foram levadas em conta as informações pesquisadas e, a partir disso, confeccionado o *layout* do *banner*. Inicialmente feito à mão livre, o projeto foi digitalizado. Em seguida, utilizando os *softwares* Adobe Photoshop CS5 e Adobe Illustrator CS5, foram adicionados os efeitos, os textos, bem como feita toda a diagramação. A impressão foi feita em policromia (paleta CMYK) em quatro lonas no formato 2x1m.

### **4.1 MÍDIA: ILUSTRAÇÃO/BANNER**

Em cada uma das quatro peças foram colocados diferentes textos, de modo que cada um demonstra uma vantagem distinta do curso. Na primeira peça, são destacadas características positivas do complexo laboratorial do curso. No segundo *banner*, destaca-se o fato do curso ter sido eleito um dos melhores do Brasil pelo Guia do Estudante. A terceira peça informa que o curso é o mais premiado do Nordeste pelo INTERCON regional e nacional. E, finalmente, a última expressa que o curso conta com um projeto pedagógico inovador e sintonizado com o mercado.

Por se tratar de uma peça destinada a uma única mídia, viu-se a necessidade de criar algo que a deixasse evidente, já que a mensagem deveria ser passada de forma completa, fazendo com que aquele que tivesse contato com a peça se interessasse a ponto de buscar maiores informações a respeito do curso.

Portanto, o *banner* foi colocado em locais estratégicos, de grande movimentação, atingindo, assim, o público-alvo primário de maneira eficiente.





## 4.2 CONCEITO

Para tornar a divulgação mais diferenciada e agradável foi desenvolvido um personagem com o qual o *target* pudesse se identificar. Assim nasceu o Super Publicitário, um indivíduo dinâmico que agrega em si um pouco de cada área do vasto universo da propaganda, seja ela fotografia, cinema, rádio, direção de arte ou as diferentes mídias que existem. Essa funcionalidade polivalente também encontra-se presente na simbologia associada aos tentáculos de um polvo onde vários braços indicam várias tarefas sendo realizadas simultaneamente, fazendo alusão às diversas habilidades que um publicitário pode ter.

Subliminarmente, está presente a mensagem que o curso abre uma infinidade de possibilidades e que aqueles que se tornam estudantes da UnP têm a oportunidade de se utilizar dessa diversidade. O troféu de Cannes – festival de propaganda mais importante do mundo – que o personagem carrega reforça essa ideia por estar relacionado ao sucesso profissional. A velocidade com que o Super Publicitário viaja através das mídias, indica não apenas a dinamicidade com que as informações trafegam, como também o fato de que o personagem acompanha essa rapidez. Dessa forma, o Céu se torna o limite para aquele que pretende se engajar na carreira publicitária e no curso da UnP, o que fica explícito na peça pelos elementos celestiais utilizados, como estrelas e nuvens, como também pelo degradê que representa o dia e a noite.

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Na elaboração dos *banners* foi levado em consideração fatores como estética – a partir de estudos da psicodinâmica das cores e trabalhando uma composição que prendesse a atenção do receptor – e objetividade, já que eles representam todo curso de Publicidade em uma só imagem.

Analisando as peças, nota-se a presença de cores vibrantes em contraste com o azul (cor fria) que é empregado nos itens que circundam o personagem, remetendo à tecnologia, transmitindo uma atmosfera fantástica e futurista. Foram utilizadas no fundo da imagem cores ativas, como púrpura, que une a impulsividade do vermelho com a delicadeza do azul. O vermelho-alaranjado e o amarelo passam sensação de desejo, e também estão associados à originalidade, iluminação, euforia, idealismo, além de simbolizar a luz solar. E, contrastando com as cores ativas e frias, um toque de verde



encontra-se aplicado no óculos utilizado pelo personagem (cor associada a coragem, bem estar, juventude e crença). Além de passar a sensação de proteção e confiança de quem usa, o modelo do óculos está condizente com a moda juvenil da época em que a peça foi divulgada.

Por tratar-se de uma instituição de ensino, a tipografia da peça apresenta traços duros (ângulos retos), passando a ideia de seriedade e tradição, equilibrando-se à espontaneidade apresentada na peça. A direção de arte também buscou balancear o peso das informações contidas nos banners, utilizando uma técnica de design que tem como base a forma de ler do Ocidente, ou seja, da esquerda para a direita, e de cima para baixo, conhecida como “Z de leitura”, deixando a visualização mais espontânea.

## **6 CONSIDERAÇÕES**

Durante a elaboração desse trabalho, houve a preocupação em realizar um banner diferenciado, com um design chamativo e original, que agregasse seriedade e inovação à empresa, atingindo o público-alvo de maneira mais eficiente, podendo, assim, trazer retorno para a Universidade Potiguar.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- [OECH, Roger Von.](#) **Um Toc Na Cuca.** Técnicas para quem quer ter mais criatividade. São Paulo, Editora de Cultura.
- FARINA, M. **Psicodinâmica das Cores em Comunicação.** São Paulo, Edgar Blücher, 1986.
- HURLBURT, Allen. **Layout:** o design da página impressa, Nobel, 1999
- WILLIAMS, Robin. **Designer para quem não é designer,** Callis, 1998
- CESAR, Newton. **Direção de arte em propagand.** Futura, 2000