



Gene's Informática¹

Marcos Vinicius Barbosa TASSOTTI²

Eliane GUNTZEL³

Darlan Paulo GHILLIONI⁴

Fernanda Schneider HARTMANN⁵

Fabiane da Silva VERISSIMO⁶

Universidade de Cruz Alta, Cruz Alta/RS

RESUMO

Este artigo tem por objetivo apresentar o outdoor desenvolvido na disciplina de Redação Publicitária para a empresa Gene's informática que é uma empresa de manutenção e venda de materiais relacionados à informática com sede em Cruz Alta/RS. Por ser uma peça de alto impacto, sua escolha visa atingir grande parte do público cruzaltense, reforçar a imagem da marca fazendo com que as pessoas associem o nome Gene's à produtos e serviços relacionado a área de informática.

PALAVRAS-CHAVE: mídia externa, comunicação, criação, impacto.

1 INTRODUÇÃO

Segundo Celso Figueiredo, (2005) “tamanho é documento”. Norteados por este argumento, optamos por esta mídia para a marca Gene's informática, devido ao grande impacto e abrangência que o outdoor provoca por ser uma mídia que está a disposição do grande público. O princípio básico do outdoor é a simplicidade, o que pode se tornar uma das peças mais complexas a serem confeccionadas, pois ela deve ser lida em uma “batida de olhos”, no máximo 8 segundos, assim devemos trabalhar com o mínimo de informação possível e ainda “entrar” na mente do consumidor. Ribeiro (1986) estabelece um limite de palavras a serem usadas no outdoor, que fica entre 4 e 8 palavras. Esses termos devem ser do cotidiano das pessoas para facilitar a compreensão.

¹ Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Publicidade e Propaganda, Modalidade Outdoor.

² Aluno líder do grupo e estudante do 4º. Semestre do Curso de Comunicação Social da UNICRUZ. e-mail: marck_15@msn.com

³ Estudante do 4º. Semestre do Curso de Comunicação Social da UNICRUZ. e-mail: ellyane.g@gmail.com

⁴ Estudante do 4º. Semestre do Curso de Comunicação Social da UNICRUZ. e-mail: darlanpg23@yahoo.com.br

⁵ Estudante do 4º. Semestre do Curso de Comunicação Social da UNICRUZ. e-mail: nandinha_h@yahoo.com.br

⁶ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social da UNICRUZ. e-mail: fab@comnet.com.br



Em um outdoor é preciso limpar a idéia até obter a informação central que se deseja passar ao público, o fundo e o texto devem contrastar-se ao máximo, assim facilita a leitura. Usar mais de uma imagem também é arriscado, já que pode gerar poluição visual e dificultar a compreensão da mensagem, se essa for a principal intenção da peça. As idéias devem estar hierarquizadas, o que for mais importante deve estar maior e com mais destaque e as secundárias menores, mais discretas. A intenção do outdoor não é vender o produto instantaneamente e, sim ficar na mente do consumidor para que seja uma opção na hora da compra.

Magy Imoberdof concorda com este padrão de simplicidade em outdoor, com a seguinte citação:

Esta, provavelmente, é a mídia mais crítica, onde simplicidade é questão de sobrevivência. Porque as pessoas passam de carro ou a pé para ir a algum lugar e estão preocupadas com tudo, menos com nossa mensagem. Então, tem que simplificar ao máximo, usar uma só imagem e não mais que oito palavras. (Ribeiro, et al.,1986, p.125)

O cliente, Gene's informática, é uma empresa local que existe apenas em Cruz Alta, mas atende toda região. Iniciou as atividades com profissionais que confiam na seriedade da empresa, e com isso foi ganhando espaço no mercado, apostando em qualidade e no famoso “marketing boca-boca”, pois clientes satisfeitos acabam indicando para outras pessoas. A empresa também possui o selo de qualidade ISO 9001 em todos os produtos, assim garantindo uma qualidade superior.

2 OBJETIVO

Este trabalho foi produzido na disciplina de Redação Publicitária, onde os alunos aprendem sobre as diferentes formas de uso do discurso publicitário e qual a melhor maneira de utilizá-los. O trabalho com outdoor tinha como intenção mostrar aos alunos o quanto é complexo sintetizar ao máximo o conceito de uma marca e passar de forma criativa e mais simples possível. Assim, o uso do outdoor tem como objetivo agregar valor a marca Gene's, fazendo com que as pessoas associem o nome da empresa a tecnologia e competência, mantendo e conquistando clientes.

3 JUSTIFICATIVA



Primeiramente por se tratar de uma empresa de informática e levando em consideração que a grande maioria das pessoas possui computador hoje em dia tornando assim seu público alvo muito disperso, a mídia escolhida foi o outdoor, devido a seu alto potencial de impacto e por ser uma peça que acaba atingindo a todas as pessoas sem nenhum tipo de filtro, suprindo assim, a necessidade da empresa de atingir a todos os públicos.

A peça possui um formato que a diferencia das demais, pois nela existe um aplique que foge da área geralmente utilizada em outdoor. Este aplique, que apesar de aumentar um pouco o custo, se torna viável, pois gera um impacto bem maior, aumentando a lembrança da marca na mente das pessoas. A fonte utilizada é a Opal, que traz uma idéia de modernidade ao anúncio. O fundo é bastante claro com algumas curvas abstratas, o que aumenta a idéia de modernidade, traz um aspecto “clean”, que é uma tendência bastante usada atualmente. O texto é objetivo e positivo está em preto com a intenção de contrastar com o fundo claro. A logomarca, o endereço eletrônico e telefone cumprem o papel de concluir o discurso. Newton Cezar exemplifica essa simplicidade necessária no outdoor:

Um dos outdoors mais interessantes e eficientes que eu já vi não tinha imagem nenhuma, recurso nenhum, e era ótimo. Se a memória não me falha, era da Central de Outdoor vendendo o serviço outdoor para agências e anunciantes. A peça era simples. Fundo branco. Título preto, letras em negrito. A frase, extremamente inteligente dizia: “Outdoor. Sem querer, você já leu.(CESAR, 2005. p 59)

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Os programas utilizados para criação da peça foram: Adobe Photoshop CS4 e Corel Draw X4. A imagem do monitor foi montada no Photoshop, foi recortada de seu fundo e teve adicionado a imagem das pastas que está dentro da tela. As pastas com os produtos também foram montados no Photoshop usando recortes, sobreposição de camadas e sombras. O outdoor, diagramação e o reflexo do monitor foram feitos em Corel Draw, utilizando os efeitos de transparência que o programa disponibiliza.

O texto é composto apenas por uma chamada: “Tecnologia e competência é na Gene’s informática”, o que é característico deste tipo de mídia, usar poucas palavras, sintetizar a idéia central da empresa e se fixar na lembrança do público.



A tática de mídia é a seguinte: impressão em papel em policromia. Ficará exposto por 2 meses, visto que é um outdoor institucional. Deverá ser substituído a cada 15 dias. O local mais adequado para a exposição do outdoor da empresa Gene's Informática é na Avenida Plácido de Castro, junto ao posto da cuia, pois é um local de referência que une o centro ao bairro da cidade. Centenas de pessoas passam por esse ponto, diariamente.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

A Gene's informática é uma empresa cruzaltense, já tradicional, já que está no mercado a vários anos. Ela presta todo tipo de serviço na área de informática para Cruz Alta e região. Além dos serviços de manutenção prestados pela empresa, suas atividades se expandem, também para a área de vendas, tendo computadores completos, vendendo peças e acessórios para computador e também equipamentos relacionados à área, como câmeras, impressoras e scanners.

A partir das informações coletadas no *briefing* foi possível perceber que a peça que supria a necessidade do cliente era o outdoor, que é uma das poucas mídias capazes de atingir um público tão grande e de forma tão intensa. O outdoor da Gene's foi feito no tamanho padrão 3x9 metros, mas se diferencia dos demais devido a um aplique que nele foi utilizado, fugindo da área normal do outdoor. Este aplique é um monitor com alguns ícones referentes às atividades da empresa, em que parte dele extrapola a área útil do outdoor, assim causando um impacto maior no grande público.

Segue a arte do outdoor.





6 CONSIDERAÇÕES

Conforme citado anteriormente, esta peça publicitária tem por objetivo agregar valor à marca, atingir o máximo de pessoas possível, já que o *target* é muito variado, e devido ao fato de atuar em uma área que está presente na vida pessoal e profissional da grande maioria das pessoas.

Assim a idéia criativa buscou explorar o conceito da marca “Tecnologia e competência” de modo bem objetivo e claro. O uso do *aplique* procurou oferecer um diferencial, remetendo a idéia de modernidade e sofisticação, valores esses importantes para as pessoas.

Deste modo, o outdoor foi criado para chamar a atenção, despertar o interesse, suscitar o desejo e, finalmente, quando for necessário, levar a ação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CARRASCOZA, João Anzanello. **A evolução do texto publicitário: a associação de palavras como elemento de sedução na publicidade.** São Paulo: Ed. Futura, 1999.

CESAR, Newton. **Direção de arte em propaganda.** São Paulo: Futura, 2000.

FIGUEIREDO, Celso. **Redação publicitária: sedução pela palavra.** São Paulo, Pioneira Thomson Learning 2005.

MARTINS, Jorge. **Redação publicitária.** São Paulo: Atlas, 1997.

RIBEIRO, Julio. **Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar.** 2.ed. São Paulo: Atlas: 1986.

PINHO, J.B. **Comunicação em Marketing.** 7.ed. São Paulo: Futura 2000.