

Outdoor Unoesc FM – Você é a Nossa Energia¹

Andressa da SILVA²
Daniele Ortiz de Castro³
Elaine ANDRADE⁴
Jéssica ALBUQUERQUE⁵
Kleiton NITZ⁶
Paulo Ricardo dos SANTOS⁷
Sílvia Spagnol Simi dos SANTOS⁸
Universidade do Oeste de Santa Catarina, Joaçaba, SC

RESUMO

Este paper refere-se ao trabalho desenvolvido pelos acadêmicos da 6ª fase do curso de Comunicação Social habilitação em Publicidade e Propaganda na disciplina Agência Experimental da Universidade do Oeste de Santa Catarina, UNOESC Joaçaba, durante o segundo semestre de 2013. A atividade fez parte do estágio curricular obrigatório do curso e abordou uma campanha publicitária realizada para o cliente Rádio Unoesc Fm, de Joaçaba – SC, que é a rádio educativa da Universidade. O propósito principal deste paper é apresentar o processo de desenvolvimento do outdoor descrito a seguir, como peça fundamental para o sucesso do projeto. A intenção foi, através do tema ENERGIA, divulgar o novo conceito comunicacional da emissora da instituição.

PALAVRAS-CHAVE: outdoor; Unoesc FM; energia; ouvinte; rádio educativa.

INTRODUÇÃO

A Rádio Unoesc Fm é a rádio Educativa da Universidade do Oeste de Santa Catarina, situada na cidade de Joaçaba. No ano de 2013, a rádio entrou em contato com o curso de publicidade e propaganda, com a intenção de desenvolver uma nova

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Publicidade e Propaganda - modalidade Outdoor.

² Acadêmica da 6º fase de Comunicação Social habilitação em Publicidade e Propaganda e-mail: <endyjba@yahoo.com.br>;

³ Acadêmica da 6º fase de Comunicação Social habilitação em Publicidade e Propaganda e-mail: <danicastrolorenz@gmail.com>;

⁴ Acadêmica da 6º fase de Comunicação Social habilitação em Publicidade e Propaganda e-mail: <elainelpa@hotmail.com>

⁵ Acadêmica da 6º fase de Comunicação Social habilitação em Publicidade e Propaganda e-mail: <jessika_ibicare@hotmail.com>;

⁶ Acadêmico da 6º fase de Comunicação Social habilitação em Publicidade e Propaganda e-mail: <kleiton_nitz@hotmail.com>;

⁷ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social habilitação em Publicidade e Propaganda: paulo.santos@unoesc.edu.br

⁸ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social habilitação em Publicidade e Propaganda: silvia.simi@unoesc.edu.br

campanha e para renovar seu material comunicacional, o qual já era utilizado por dois anos.

Desta forma, através do Briefing realizado com o cliente, surgiram os principais pontos a serem desenvolvidos durante o planejamento de Comunicação. A principal estratégia foi a utilização de várias mídias com foco local, onde fosse possível atingir o público da Rádio Unoesc de maneira concentrada.

Dentre as mídias escolhidas, está o outdoor, estrategicamente localizado no principal acesso ao Campus I da Unoesc - Joaçaba, caminho de grande parte dos acadêmicos que chegam por meio de carro, ônibus e até mesmo a pé.

Quanto a estratégia de criação, o tema escolhido foi a ENERGIA. Esta escolha deve-se a análise realizada durante o planejamento, onde observa-se que o target da Unoesc Fm é formado principalmente por jovens que buscam energia para conseguir manter uma jornada dupla, trabalhando e estudando, mas também fazendo o que gostam, se divertindo. Desta maneira, o objetivo foi associar a energia desse público a rádio. Utilizou-se para isso o slogan, “Você é a nossa energia” deixando transparecer que a Unoesc Fm é contagiada pelo astral de seus ouvintes, movida por eles.

OBJETIVO

A peça outdoor tem como principal objetivo estabelecer contato entre a rádio Unoesc Fm e o público que passa pelo local, informando a este público o quanto são importantes para a rádio, criando assim uma relação de afinidade entre ambos. Trata-se de uma peça com apelo emocional, na qual faz menção da importância dos ouvintes para a rádio, através da sua energia, que inspira os profissionais a desenvolverem a melhor programação, e atraindo assim a simpatia de seu target.

JUSTIFICATIVA

Uma das metas da campanha foi a de tornar a rádio Unoesc mais conhecida pelos acadêmicos dentro do campus, através do seu novo conceito de comunicação baseado na energia de seus ouvintes.

Assim, buscou-se alternativas que atingissem o público com grande frequência. Dentre estas alternativas, o outdoor tornou-se peça de grande importância, devido suas características.

Para Nakamura (2009), “o outdoor é uma mídia que permite alta frequência de exposição e continuidade da mensagem”. Gera grande impacto visual, sendo uma excelente mídia para o lançamento e relançamento de produtos. Desta forma este meio torna-se vital para a campanha da Rádio Unoesc Fm, já que trata-se de uma renovação no conceito comunicacional.

O outdoor, por ser uma fonte de informação tão essencial no perímetro urbano, tornou-se peça fundamental para a campanha da rádio Unoesc Fm. Leva-se em consideração a sua importância como meio visual e sua forma de chamar a atenção das pessoas que passam pelas ruas. Além do que contém nele, seu tamanho é algo que prende os olhares de todos, é praticamente impossível passar por um outdoor sem olhar o que está escrito ou fotografado. Esse é o seu principal objetivo: chamar a atenção pelo tamanho e conteúdo.

O outdoor é um meio de comunicação visual pelo qual possui características que fazem com que o receptor da mensagem interprete seu conteúdo de diversas maneiras, ele pode ver uma imagem apenas como uma nuvem ou interpretar a cena conforme queira. Por isso, o outdoor consegue levar, através de seu ponto estratégico que é o da comunicação visual, uma visão ampla e direcionada à informação precisa e imaginativa.

Toda a comunicação, seja ela visual ou auditiva, precisa ter objetividade e clareza nas suas informações, por esse motivo, o pensamento que os acadêmicos responsáveis pela campanha da Rádio Unoesc Fm tiveram foi exatamente o mesmo: levar a informação e a imagem de uma forma precisa e objetiva, e também como pontas de criatividade.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O tema escolhido para ser retratado no outdoor foi Energia. A mesma energia humana que move os acadêmicos nas multi-funções que exercem todos os dias. E esta energia que inspira os profissionais da rádio Unoesc a levar o melhor conteúdo até estes ouvintes, tão especiais.

Desta forma, optou-se por realizar a produção do outdoor por meio fotográfico, relacionando imagens do público jovem, alvo da campanha em situações que lhes tragam energia e felicidade.

O texto foi trabalhado com linguagem simples e objetiva, como requer a mídia outdoor. Conforme salienta Ribeiro (1986, p.125), o outdoor tem características que o tornam uma mídia crítica, onde a simplicidade é fundamental. As pessoas que passam por ele, estão envolvidas com outros assuntos, não tem tempo para lerem textos longos. Portanto, um outdoor deve ter no máximo oito palavras, e de preferência uma única imagem.

Desta forma, resume-se o texto do outdoor no próprio slogan da campanha, acompanhado da assinatura da Rádio Unoesc Fm. Para HOFF e GABRIELLI (2004, p. 64) “Uma frase curta e que permite dizer muito comporta várias possibilidades de leitura e desperta no leitor muitas emoções”.

Para a arte final, foi acrescentado ao texto detalhes de arte em *brush*, com cores vibrantes, que auxiliam na transmissão da mensagem energia.

O objetivo da fotografia é despertar em quem vê a curiosidade do que aquela imagem pretende passar e entender que espécie de informação ela passa naquele momento. O tema escolhido para uso no outdoor é ‘Você é nossa energia’, e sob esse conceito escolhido, optou-se pela imagem adequada.

As fotografias utilizadas possuem em sua essência aquilo que é pretendido pelo trabalho que é o conceito “energia”, são documentos que farão parte da campanha, mas que também ficarão registrados como forma de arte e de lembrança.

Segundo Boris Kossoy (2001, p. 107), “Uma única imagem contém em si um inventário de informações acerca de um determinado momento passado[...]”.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Após a leitura do briefing e planejamento da campanha, começou a criação do material, através de *brainstorm* entre os membros da equipe. As ideias ganharam forma através de *rafes* que demonstravam o aspecto geral das peças.

Foi definido durante o processo que a imagem principal da campanha era a de jovens ouvintes em momentos de descontração, que lhes tragam mais energia e

motivação para o seu dia a dia. Na maioria das fotos, os modelos estariam com fones de ouvido, sintonizados na Unoesc Fm.

Surgiram várias composições de layout, que foram pré-selecionadas para o ensaio fotográfico e posterior escolha final, para a veiculação no outdoor.

Na sequência foram feitas as fotos, no Complexo Esportivo da Unoesc, localizado no Campus II de Joaçaba-SC. A sessão aconteceu no período vespertino, em um dia ensolarado. O clima favoreceu a produção fotográfica, em virtude da luz solar aliada ao rebatedor, proporcionando um ótimo resultado.

Contamos com o auxílio de cinco modelos, escolhidos de acordo com as características do público da Unoesc Fm, e foram feitas várias cenas contendo acessórios que enriqueciam mais o cenário, como o violão, as bolhas de sabão, os confetes e os fones de ouvido.

Em seguida, as fotos utilizadas na produção foram selecionada, para a finalização do layout. Para Ambrose e Harris (2009 p. 67)

Um layout organiza os principais componentes em uma página, texto e imagens, de forma que comunique a mensagem com eficácia ao leitor. A capacidade de comunicação de um design é influenciada pela posição do texto e das imagens em relação a outros elementos, como o ponto focal da página, o alinhamento do texto e a maneira como o espaço em branco é tratado.

Desta forma, foi tomado o cuidado de escolher fotos conforme a necessidade de cada peça. No caso do outdoor, a ênfase dada as cores e as pessoas, de forma homogenia, tornou possível sintetizar o conteúdo textual no slogan da campanha: Você é a nossa energia. Para tanto, a imagem selecionada refere-se a um grupo de jovens, em um momento de motivação e descontração.

Além das imagens, foi utilizada a técnica da arte em *brush*, ao fundo do texto. Esta técnica pretende realçar o tema energia, através das cores utilizadas, em tons cítricos. Da mesma forma, esta arte também remete as ondas sonoras do rádio.

O resultado final apresenta-se a seguir:

Figura 01 – Outdoor Você é nossa energia



Fonte: os autores (2013).

CONSIDERAÇÕES

Toda a peça publicitária possui por traz dela uma história, a imagem que ela mostra foi fruto de boas escolhas e momentos, por isso, o resultado final é algo tão forte quanto a própria espera. A expectativa de ver esse resultado acontecer é o que impulsiona o publicitário, por esse e tantos outros motivos é que existe a vontade de superar cada vez mais, e essa superação é a força motriz que alavanca o mundo da propaganda e da comunicação.

O objetivo foi alcançado através de uma junção de talentos, pessoas e contribuições das quais foram essenciais para o desenvolvimento do outdoor. Foi preciso haver estudo e senso de organização e disposição de todas as partes tocadas para que o outdoor tivesse o melhor ângulo possível, a melhor imagem e as cores em harmonia.

A campanha da Rádio Unoesc FM teve como foco principal a energia de seus ouvintes. Contudo, o tema energia foi a base de toda a criação e o outdoor é uma parte desse processo criativo, pois associa imagem, texto e cores. Foi a união de todos esses acessórios visuais que aconteceu o *insight*, o qual proporcionou à pesquisa um brilho maior, a certeza de que essa peça faz parte não só de boas ideias, mas de bons resultados.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Layout**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

KOSSOY, Boris. **Fotografia & História**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.

MUNARI, Bruno. **Design e Comunicação Visual**. Lisboa: Edições 70. 2006

NAKAMURA, Rodolfo. **Mídia: como fazer um planejamento de mídia na prática**. São Paulo: Farol do Forte, 2009.

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

VESTERGAARD, Torben; SCHRODER, Kim. **A linguagem da Propaganda**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.