



ATIVIDADE PRÁTICA

DIREÇÃO E EDIÇÃO EM DESIGN

OBJETIVOS

A proposta desta atividade prática possui os seguintes objetivos:

- Conhecer o *briefing* com as características da marca e do serviço;
- Desenvolver material gráfico (propaganda) com base no *briefing*;
- Desenvolver material explicativo da ideia e conceito da propaganda.

RECURSOS

Computador com acesso à internet e ao ambiente virtual.

PROCEDIMENTOS PRÁTICOS

Atividade proposta

PROPAGANDA EM BUSDOORS (peças publicitárias veiculadas na parte traseira ou lateral do ônibus).

Procedimentos para a realização da atividade

- 1) A comunicação e a publicidade realizam trabalhos diferentes, porém complementares entre si. Enquanto uma está mais preparada para atender campanhas de promoção para um novo produto ou serviço e pensar em ideias de disseminação da marca; a outra tem como objetivo principal prestar uma consultoria de comunicação integrada para o negócio, além de elaborar um planejamento para a execução das ideias. A comunicação é peça-chave para a evolução, melhoria e os avanços das estratégias de uma organização no mercado. É ela que irá comunicar ao público os objetivos da empresa e disseminar suas ideias. Para se desenvolver a propaganda de um produto ou serviço é necessário conhecer primeiramente quem será o público alvo. Nada mais coerente do que buscar informações acerca do tema, pesquisas e ler sobre o assunto.
- 2) Leia o seguinte texto: A relação do Design Gráfico “[...] com a Arte é umbilical e, portanto, sempre recorrente. Mas, justamente por isso, Design Gráfico não é Arte.” (VILLAS-BOAS, 2001, p. 66).

O significado transmitido pelas imagens e pelos sinais alfabéticos tem pouco a ver com a pessoa que os criou ou escolheu. [...]Embora sua forma possa ser determinada ou modificada pelas preferências estéticas do designer, a mensagem precisa ser colocada numa linguagem que o público-alvo reconheça e entenda. Este é o primeiro aspecto significativo que distingue um Design Gráfico de uma obra de Arte (ainda que muitos dos primeiros pioneiros do Design Gráfico fossem artistas plásticos). Em segundo lugar, o designer, ao contrário do artista, projeta tendo em vista a produção mecânica. (HOLLIS, 2000, p. 2).

Também os anúncios, apesar do elo com a Arte, “não são obras artísticas a priori; são peças construídas em função de uma expectativa de

criação publicitária, como tudo mais em Propaganda, tem o propósito indiscutível de destacar o produto ou serviço no meio da multidão de produtos e serviços concorrentes – diretos e indiretos – e, de comunicar seus dotes e virtudes a quem queira, eventualmente, comprá-los. (2006, p. 121-122).

Algumas ferramentas da Propaganda são anúncios impressos (jornais, revistas), comerciais de rádio e televisão, anúncios em embalagens, catálogos e folhetos, painéis luminosos, outdoors, BUSDOORS (peças publicitárias veiculadas na parte traseira ou lateral do ônibus), empenas (peças de grande formato colocadas nas laterais dos prédios) símbolos e logos, displays de ponto-de-venda, áudio-visuais, etc.

3) **Briefing**: O seu cliente é um PET SERVICE que presta serviço somente de banho e tosa para cachorros de pequeno porte (até 15Kg), e podemos dizer que o público-alvo são pessoas (tutores/ donos) que amam seus animais e proporcionam a eles tudo de melhor para seu bem-estar. A marca chama “**PET SHOWER**”, atendem com hora marcada de segunda a sábado das 8 as 20hs. Oferecem também serviço de leva e busca (com taxas) para donos que tem dificuldade com os horários e deslocamentos. Trata-se de uma empresa nova, que precisa de uma boa propaganda na divulgação dos seus serviços. O telefone/what’s para contato e contratação dos serviços será 4004-1020.

4) Agora, com base nos conhecimentos adquiridos nas aulas e através das leituras, você deverá se aprofundar sobre os tipos de propaganda feitas em **busdoors** e desenvolver o seu material gráfico para este cliente. Pesquise o que os concorrentes que tenham o mesmo tipo de serviço fazem de propaganda para chamar atenção do público-alvo, analise os concorrentes, busque informações que possam te ajudar a desenvolver o material gráfico da sua propaganda.

- 5) Você pode utilizar somente a parte superior da traseira do Ônibus conforme mostra a figura 1, ou pode utilizar a traseira inteira do Ônibus para propaganda conforme mostra a figura 2.



Figura 1: Parte superior Traseira de ônibus para propaganda.

Fonte: Disponível em: <https://www.bemsl.com.br/assets/frontend/img/traseira-onibus.png>, acesso em junho 2022.



Figura 2: Traseira inteira de Ônibus para propaganda.

Fonte: Disponível em: <https://www.tornera.com.br/Busdoor1.jpg>, acesso em junho 2022.

- 6) Após o levantamento das informações, você deve iniciar a produção do seu material gráfico da propaganda do seu cliente **PET SHOWER**, utilize o programa que tem habilidade para o desenvolvimento do produto. Seu projeto deve contemplar o design da imagem que irá utilizar neste tipo de propaganda – **BUSDOORS**.

Seu material gráfico (projeto) deverá ter:

- O anúncio da propaganda (arte);
- Escolha do tamanho da propaganda, que deverá ser baseado na figura 1 ou 2 acima apresentadas;
- Deverá ter as principais informações do *Briefing*;
- Deverá ter o contato de telefone/ what's e nome da marca no insta.

7) Após a construção do material gráfico, você deverá postar o material, contendo:

- a) Material textual explicativo da sua ideia e conceito que o levaram a construir as imagens que compõem o material gráfico (use as análises e levantamentos realizados que podem te ajudar nesta explicação. (até 3 laudas/folhas tamanho A4 em PDF).
- b) A imagem da traseira do ônibus com o material gráfico criado, contendo todas as informações solicitadas no *briefing*. Deverá ter 1 lauda/ folha em tamanho A4, em PDF.
- c) Acesse programas como ilovepdf, por exemplo, para unir todos os PDFs deste projeto e poste somente um arquivo.

Checklist

Principais etapas para a completude da atividade prática:

- Reflexão sobre o cliente/ público-alvo.
- Pesquisa de exemplos de concorrentes e anúncios correlatos.
- Explorar e compreender aspectos inerentes a criação de material gráfico para propaganda de serviços e produtos.

RESULTADO

Entrega de um arquivo em PDF, arquivo único, com a identificação do aluno, que contemple todas as etapas da atividade prática, conforme apresentado nos procedimentos para a realização da atividade e no *checklist*.