

Outdoor sequencial para o Sony Vaio Tap 11¹

Alícia COHIM²

Isabelle VENTURA³

Kallyne OLIVEIRA⁴

Kauan ROCHA⁵

Rodrigo Duguay da Hora PIMENTA⁶
Universidade Católica de Pernambuco, PE

RESUMO

Este paper narra a construção do trabalho da disciplina de “Criação em PUP” do curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP). O objetivo desta disciplina é funcionar como uma oficina criativa, onde a partir da experiência com *briefings* de clientes reais os alunos se preparam para os desafios do mercado de trabalho. Entre os *briefings* desenvolvidos no primeiro período de 2014, a de lançamento um produto tecnológico se destacou entre os demais e despertou o interesse dos alunos: um notebook híbrido da Sony – o Tap 11. Nele, todos foram desafiados a produzir para o meio outdoor, onde era necessário aproveitar os limites criativos do meio, sem perder a pertinência necessária as melhores peças publicitárias e tendo a exequibilidade do criativa como exigência fundamental.

PALAVRAS-CHAVE: outdoor, vaio, propaganda, OOH, publicidade

1 INTRODUÇÃO

Esse trabalho foi desenvolvido na disciplina de Criação do 4º período do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP), como um projeto de conclusão da mesma, com objetivo de desenvolver de maneira prática os conhecimentos adquiridos durante do semestre.

Com o atual cenário, o crescimento do uso de tablets a Sony notou um segmento de mercado explorado exclusivamente pelo híbrido Microsoft Surface: um tablet baseado em Windows 8, com teclado condensado leve e todo o poder de processamento de um notebook comum. Enquanto os notebooks e ultrabooks, mesmo com telas touch, são notebooks leves, os híbridos são tablets, com maior poder de processamento e grande duração de bateria,

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade PP 11 - Outdoor (avulso).

² Estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: (aliciacohiml@hotmail.com).

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: (isa_2198@hotmail.com).

⁴ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: (kallynesuely@gmail.com).

⁵ Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: (kaauanrocha@gmail.com).

⁶ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda e Mestre em Comunicação pela UFPE, disciplina de “Criação em PUP”, email: rodrigoduguay@gmail.com.

além de funcionar sem drives de CD ou outros acessórios que o tornem mais pesado ou menos compacto. Com o desenvolvimento da Linha Tap, chegou-se a um tablete de tela grande – 11 polegadas – com a versatilidade deste segmento e o total conforto de usar um sistema de computação tradicional – o Windows 8.0 – com um teclado leve e completo para digitar.

Este trabalho buscou desenvolver uma peça em OOH para apresentar os atributos do Sony Vaio Tap 11 para o meio outdoor, onde a necessidade de concisão e impacto se tornam ainda maiores pelas próprias características deste substrato midiático.

2 OBJETIVO

O objetivo proposto foi o lançamento do novo aparelho portátil Sony Vaio Tap 11 no Brasil. Sendo um híbrido entre ultrabook e tablet, esse novo conceito de computação portátil oferece as mais variadas funcionalidades, apresentando, em decorrência disso, um preço acima da média dos concorrentes.

Tendo isso em vista, observamos que é preciso apontar as diversas funcionalidades do equipamento de forma a inserir no entendimento do consumidor que se trata de um material de alto nível, que faz valer seu preço proposto.

O nosso principal desafio foi encontrar um meio de divulgação para atingirmos nosso público alvo da melhor maneira possível. Ao longo do desenvolvimento da criação de nossas peças, outra dificuldade foi também o manuseio do software para a elaboração da nossa ideia.

3 JUSTIFICATIVA

Por se tratar de um produto que tem um alto valor de consumo, visa consumidores com um padrão maior de poder aquisitivo, assim consideramos nosso público como o A e o B. Sendo assim, é de nosso entendimento que, em sua maioria, os pertencentes a esses dois grupos possuam automóveis que circulem pela cidade em seus respectivos trajetos. Pensamos que a melhor maneira de tornar visível para esse grupo dentro de nossas possibilidades de divulgação escolhido (Publicidade em Outros Meios) seria o busdoor.

Por se tratar de um conjunto de peças de fácil entendimento e rápida visualização se necessário, o tráfego não atrapalharia na absorção de nossa promessa base: “multifuncionalidade – várias tecnologias em uma só”, ou seja, nossa promessa base

pretende especificar as utilidades que o Sony Vaio Tap 11 oferece, atingindo assim nosso objetivo.

Ao estudarmos o produto, observamos

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Com o pensamento de querer visar nas várias possibilidades que se tem em mãos ao adquirir o Sony Vaio Tap 11, desde o início pensamos na importância de criar não só uma peça, mas uma série delas, cada qual exemplificando de maneira sólida o que queremos passar para o nosso público.

Após muitas ideias descartadas, surgiu a noção de que precisávamos comparar o Sony Vaio Tap 11 com objetos de forma positiva, fazendo o consumidor perceber que, ao ter o aparelho em suas mãos, também teriam, em uma só tecnologia, as possibilidades que aquele objeto em comparação oferece.

A primeira comparação que fizemos foi referente à leveza do Sony Vaio Tap 11, pois como consta em suas especificações, o modo tablete pesa apenas 0,78 kg e seu teclado 0,32 kg, sendo seu peso total - 1,10 kg. Resolvemos assim compara-lo com um objeto que possuísse essa característica de pouca densidade, como por exemplo, uma pena.

Na segunda peça, a nossa intenção foi ressaltar uma de suas características principais, o VAIO Inspiration Stream, é um conjunto de vários aplicativos e recursos que permitem a captura, edição e compartilhamento perfeitos com uma infinidade de possibilidades. Com isso, mostramos que com o aparelho o consumidor é capaz de reproduzir do seu jeito qualquer coisa que queira, como mostrado na figura com a reprodução da famosa pintura de Leonardo da Vinci, a Mona Lisa do seu modo.

As funcionalidades do Sony Vaio Tap 11 refletem no que pensamos para a nossa terceira peça: a comparação com um canivete suíço. Assim como tal, as possibilidades de funções são variadas, como por exemplo: o usuário pode desenhar, ouvir música com a mais alta qualidade, assistir a filmes, ou vídeos com uma tecnologia inovadora e adaptada da televisão, além de também dispor da navegação na internet, entre outros.

Na quarta e última peça, resolvemos ampliar os horizontes do que o Sony Vaio Tap 11 nos possibilita. Ao comparar o aparelho com um globo terrestre que, em sua totalidade sempre foi sinônimo de viagem, queremos passar a ideia de que o produto dará ao consumidor a facilidade de viajar com seu aparelho no maior conforto e comodidade. Por sua vez, o objeto também pode indicar uma ideia de “globalidade” ou “totalidade” de funções, endossando mais uma vez a ideia de que existe um mundo de possibilidades por trás do Sony Vaio Tap 11.

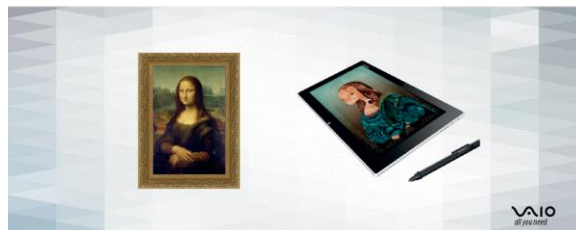
5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A campanha produzida tem como principal mote a comparação do Sony Vaio Tap 11 com objetos que reflitam em suas principais funcionalidades e características positivas, tanto no âmbito de seu design quanto em suas utilidades. O arranjo da campanha possui um sequencial de peças, e vem agregado ao desejo de mostrar a diversidade de funções sem alterar no layout simples e sólido do nosso anúncio. Cada qual teriam apenas duas figuras, uma abaixo da outra: o objeto a ser comparado e o Sony Vaio Tap 11.

Assim como o Sony Vaio Tap 11, é abordado um caráter minimalista, expondo com solidez seus atributos que o diferenciam de seus concorrentes.

A mídia escolhida para tal foi o outbus por englobar principalmente o nosso público alvo que, utilizando do tráfego onde circulam os ônibus, teriam acesso de rápida visualização e compreensão à campanha.

As peças são compostas por cores claras no fundo em formato degradê, com duas figuras gráficas sendo umas delas, o Sony Vaio Tap 11 e a outra o objeto comparado e finalizando com apenas a assinatura da marca, assim:



6 CONSIDERAÇÕES

Concretizar o projeto proposto pelo nosso professor orientador foi bastante prazeroso, apesar de ter sido um pouco complicado para nós do grupo. Não tínhamos nunca antes mexido em um programa específico de criação e edição de imagem profissional, no nosso caso o Illustrator, no começo foi bastante tenso, sem saber o que cada ferramenta do programa fazia e sem saber por onde começar, tínhamos apenas algumas ideias que eram boas, mas não conseguiríamos visualizar se não aprendermos a utilizar a ferramenta. Então começamos a pesquisar na internet e até com nossos amigos de sala que sabiam um pouco, para conseguir tirar o projeto do papel e colocar na tela. Depois de aprender o básico, conseguimos criar nosso projeto e apresentamos ao nosso professor.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Techtudo. Disponível em: <><http://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/sony-vaio-tap-11.html>. Acesso em 3 de novembro de 2014.

Sony. Disponível em: <><http://www.sony.pt/hub/new-vaio-fit>. Acesso em 3 de novembro de 2014.

Techtudo. Disponível em: <><http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2014/03/sony-lanca-tap-11-hibrido-de-ultrabook-e-tablet-com-windows-81-por-r-6-mil.html>. Acesso em 3 de novembro de 2014.

Youtube. Disponível em: <>https://www.youtube.com/watch?v=wt8OT8jBe_Q. Acesso em 4 de novembro de 2014.

Pcworld. Sony VAIO Tap 11 Ultrabook review: Sleek and sexy, but far too slippery. Disponível em: <><http://www.pcworld.com/article/2080806/sony-vaio-tap-11-ultrabook-review-sleek-and-sexy-but-far-too-slippery.html>. Acesso em 4 de novembro de 2014.