



## **Cartaz: *Sundown*, o Sol não tira férias.<sup>1</sup>**

Adriano Lopes PINHEIRO<sup>2</sup>

Alisson Vinicius SIMÃO<sup>3</sup>

Caio Aparecido Gonçalves CORDEIRO<sup>4</sup>

Caroline Tomaz DENNI<sup>5</sup>

Celso Henrique MELLO<sup>6</sup>

Daniel Henrique da SILVA<sup>7</sup>

Jaíne ANANDA<sup>8</sup>

Wagner Uemura da Silva JUNIOR<sup>9</sup>

Maria Eduarda Beltrami de MORAES<sup>10</sup>

Roger Gregory PIANUCCI<sup>11</sup>

Thiago Costa SILVA<sup>12</sup>

Patricia Maturano LONGAREZI<sup>13</sup>

CEUNSP - Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio, Salto, SP.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 2 – Publicidade e propaganda do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de julho de 2013.

<sup>2</sup> Estudante de graduação do 5º Semestre do curso de Publicidade e Propaganda FCAD/CEUNSP-SP, e-mail: a.lopes21@gmail.com.

<sup>3</sup> Estudante de graduação do 5º Semestre do curso de Publicidade e Propaganda FCAD/CEUNSP-SP, e-mail: av\_simao@yahoo.com.br.

<sup>4</sup> Estudante de graduação do 3º Semestre do curso de Publicidade e Propaganda FCAD/CEUNSP-SP, e-mail: caio.cord1@gmail.com.

<sup>5</sup> Estudante de graduação do 1º Semestre do curso de Publicidade e Propaganda FCAD/CEUNSP-SP, e-mail: caroldenni@msn.com.

<sup>6</sup> Estudante de graduação do 5º Semestre do curso de Publicidade e Propaganda FCAD/CEUNSP-SP, e-mail: celso\_sp01@hotmail.com.

<sup>7</sup> Estudante de graduação do 5º Semestre do curso de Publicidade e Propaganda FCAD/CEUNSP-SP, e-mail: daniel\_henriq@live.com.pt.

<sup>8</sup> Estudante de graduação do 3º Semestre do curso de Publicidade e Propaganda FCAD/CEUNSP-SP, e-mail: jaíne\_ananda@hotmail.com.

<sup>9</sup> Estudante de graduação do 3º Semestre do curso de Publicidade e Propaganda FCAD/CEUNSP-SP, e-mail: wagner.uemura@gmail.com.

<sup>10</sup> Estudante de graduação do 1º Semestre do curso de Publicidade e Propaganda FCAD/CEUNSP-SP, e-mail: dudabeltrami@hotmail.com.

<sup>11</sup> Estudante de graduação do 1º Semestre do curso de Publicidade e Propaganda FCAD/CEUNSP-SP, e-mail: roger.gregory@hotmail.com.

<sup>12</sup> Estudante de graduação do 5º Semestre do curso de Publicidade e Propaganda FCAD/CEUNSP-SP, e-mail: thiago\_pp139@hotmail.com.

<sup>13</sup> Orientadora do trabalho, professora e coordenadora do Curso de Publicidade e Propaganda FCAD/CEUNSP-SP, e-mail: pamalos@yahoo.com.br.



## Resumo.

O cartaz *Sundown*, o Sol não tira férias – teve sua criação por meio de um trabalho de integração entre os cursos da FCAD<sup>14</sup> do Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio. O cartaz foi parte integrante e muito importante de uma campanha publicitária. Na realização de todo o trabalho, os integrantes envolvidos tiveram a oportunidade de colocar em prática todo o aprendizado do curso de publicidade e propaganda com o objetivo de aperfeiçoar as competências e habilidades dos participantes.



**Palavras-chave:** Protetor solar; sombras; Outono e Inverno; campanha publicitária.

---

<sup>14</sup> Faculdade de Comunicação, Artes e Design.



## **Introdução.**

O desenvolvimento deste trabalho se deu durante o primeiro semestre de 2012, de acordo com um *briefing* (*Sundown*) recebido da AECA<sup>15</sup>.

A AECA é um projeto da Faculdade de Comunicação, Artes e Design, do Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio (Salto/SP), que visa integrar estudantes dos nove cursos (Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Moda, Rádio e TV, Cinema, Fotografia, Teatro, Eventos e Jornalismo) presentes no campus, proporcionando uma aprendizagem ampla e trazendo a realidade do mercado para dentro da universidade.

O grupo que elaborou este trabalho era constituído por 11 integrantes que juntos formavam uma agência fictícia que recebeu o nome de Agência Portal.

## **Briefing.**

O Objetivo proposto foi desenvolver uma campanha visando atingir homens e mulheres com idade acima de 25 anos e estimular o consumo e o uso dos protetores solares durante o Outono e o Inverno.

O protetor solar é utilizado com frequência no verão, porém, o *briefing* exige aumentar o consumo durante o dia-a-dia, inclusive no Outono e Inverno. Com base nessas informações, chegamos ao conceito de que o Sol não tira férias, pois até em períodos mais frios, os raios ultravioletas podem ser prejudicial à saúde.

A ideia da campanha é estimular o consumo do protetor solar em atividades rotineiras e mostrar os danos que o sol pode causar na pele.

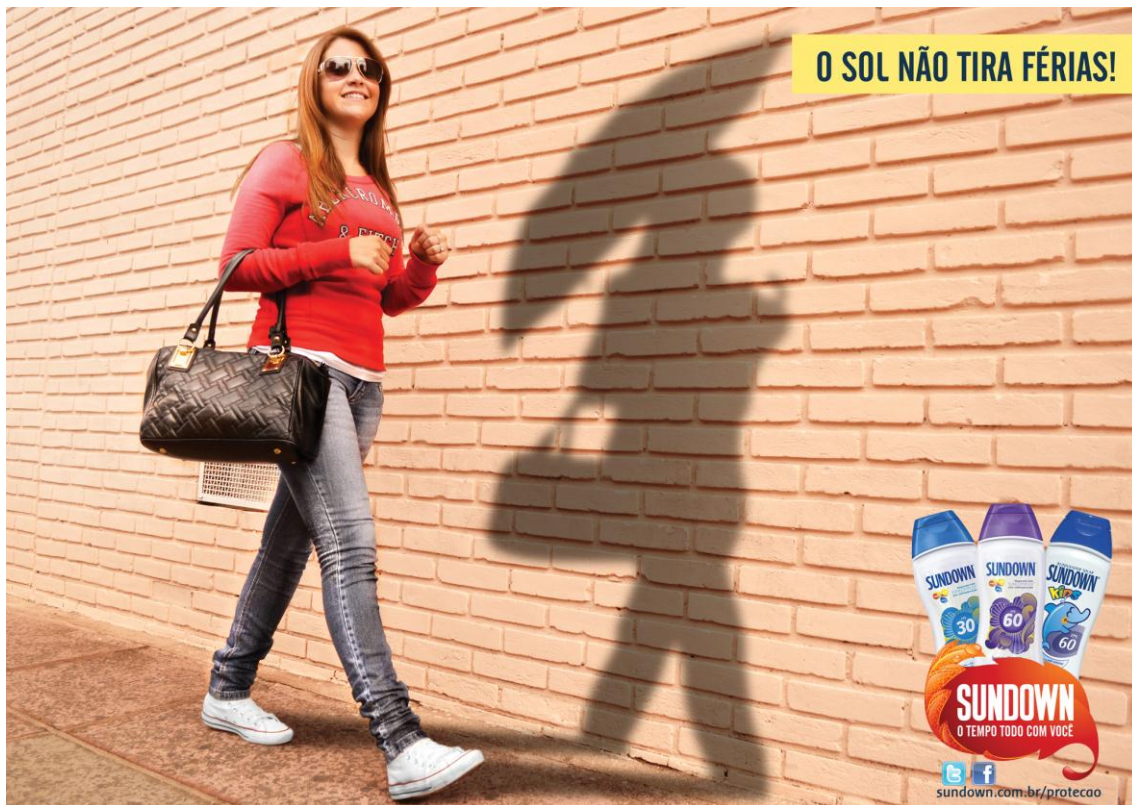
Foram utilizadas sombras nas peças, para simbolizar proteção e segurança. Daí surge à incógnita, porque sombras? É quase impossível identificar uma pessoa que usa protetor solar diariamente da que não usa, porque a proteção é uma coisa que não vemos.

Então tivemos a ideia de colocar elementos que remetem segurança e proteção, através da sombra que emitimos quando saímos num dia de Sol. Utilizamos um cenário com clima temperado.

A campanha consiste na exibição simultânea do vídeo comercial em mídias alternativas, exibição de *outdoor*, *busdoor*, propaganda cooperada e ação promocional para reforçar a ideia trabalhada na campanha.

---

<sup>15</sup> Agência Experimental de Comunicação e Artes.



Cartaz – *Sundown*, o Sol não tira férias.

### **Objetivos gerais da Agência Experimental de Comunicação e Artes.**

“1. Desenvolver projetos que permitam aos estudantes a percepção da realidade de mercado e da postura profissional esperada deles tanto no âmbito das competências técnicas, artísticas e culturais quanto no âmbito das atitudes;”

“2. Colaborar com a formação e identidade do profissional de comunicação social, que ao conhecer melhor sua área e suas competências, será capaz de desenvolver seu Plano Pessoal e atingir seus objetivos profissionais com maiores chances de sucesso;”

“3. Promover a motivação e a integração entre os estudantes e também entre os conteúdos curriculares, que deixam de ser vistos de maneira compartimentada para serem compreendidos dentro de um *todo que faz sentido*.” (BECATE, 2001, p. 07).

### **Objetivos específicos da Agência Experimental de Publicidade Propaganda.**

Proporcionar um espaço para aplicação dos conceitos de publicidade e propaganda que os mesmos aprenderam no decorrer de suas trajetórias acadêmicas, onde eles



desenvolveram suas competências e habilidades visando simular o mercado de trabalho por meio do ambiente acadêmico.

### **Objetivos gerais da campanha *Sundown*.**

Desenvolver uma campanha divulgando a importância do uso do protetor solar *Sundown* para o público masculino e feminino acima de 25 anos, entre as classes sociais B e C, tendo em exigência a criação de uma ação promocional específica.

### **Objetivos específicos da campanha *Sundown*.**

Desenvolver uma ação promocional como parte integrante da campanha publicitária que será veiculada em Campinas e Indaiatuba durante o mês de Junho de 2012 com o intuito de estimular o uso do produto durante o Outono e Inverno a fim de aumentar as vendas e a fixação de marca.

### **Justificativa.**

*Sundown*, o sol não tira férias é uma campanha publicitária desenvolvida como parte dos projetos da AECA de publicidade e propaganda.

A AECA tem como objetivo, simular o mercado publicitário, desde seus cargos de atuação como gerência geral, atendimento, diretor de planejamento, diretor de mídia, Diretor de criação e assistentes gerais até a produção de campanhas para produtos reais.

O projeto consiste em um ambiente de aprendizado que passa por todas as etapas do mercado no desenvolvimento de uma campanha publicitaria, desde o atendimento, pesquisas, planejamento, mídia, criação e até apresentação.

A campanha *Sundown*, o sol não tira férias foi criada para atender as necessidades do *briefing*, cumprindo as exigências de estimular o uso de protetores *Sundown* durante o outono e inverno, enfatizando os riscos da exposição da pele aos raios ultravioletas sem proteção adequada.

O público alvo acredita que o Sol não é prejudicial à saúde da pele durante as estações frias do ano como Outono/Inverno, por isso não utilizam o produto nestas épocas, o que é um erro.



Por meio das pesquisas aplicadas, o grupo avaliou o perfil do público alvo e as necessidades do mercado e desenvolveu uma campanha institucional com diversas peças, entre elas, a aplicação de cartazes em pontos estratégicos.

O cartaz é ideal para transmitir uma mensagem rápida e de fácil acesso. O cartaz é uma das poucas peças que está agregado ao ponto de venda e consegue atingir diretamente o público alvo no ato da compra. Sem contar o baixo custo de produção comparada com a facilidade da aplicação. “Então, se você está falando direto com o público no momento em que ele pode definir-se pela compra ou ação, não desperdice informação.” (NEWTON, 2000, p. 53).

Seguindo a linha criativa da campanha, através de elementos gráficos bem desenvolvidos, a peça demonstra a proteção por meio das sombras ocasionadas pela luz do sol.

### **Métodos e técnicas utilizados**

Para atender as necessidades da campanha *Sundown* – O Sol não tira férias, a agência Portal criou e desenvolveu a exibição simultânea do vídeo comercial em mídias alternativas, merchandising, mídia indoor, promoção, propaganda cooperada e ação promocional para reforçar a ideia trabalhada na campanha, além de todo o desenvolvimento de material de comunicação visual para os mais diversos canais como *outdoor*, *busdoor*, anúncios em revistas e displays. Seguem abaixo três exemplos de comunicação da campanha:



Busdoor - Sundown, o Sol não tira férias.

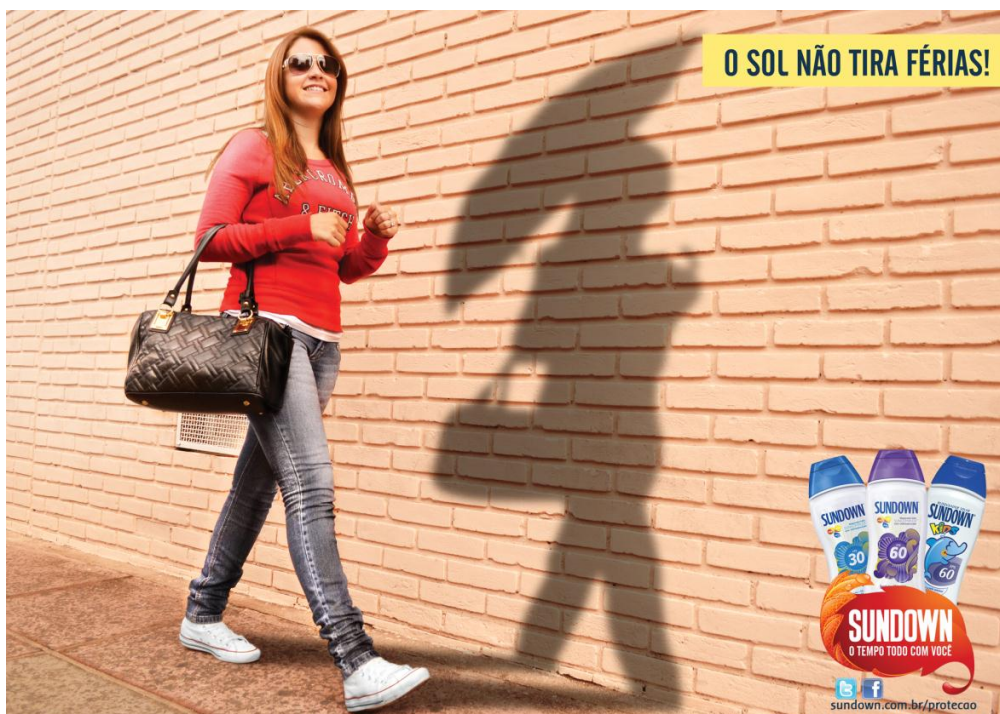


Cartaz 2 - Sundown, o Sol não tira férias.



Pendrive – *Sundown*, o Sol não tira férias.

A utilização de cartaz para divulgação foi o foco deste planejamento. O cartaz é uma mídia impressa dos meios de comunicação com a função de chamar a atenção e despertar o interesse visualmente, ideal para transmitir a mensagem rapidamente.



Cartaz – *Sundown*, o Sol não tira férias.





“Com a evolução da indústria gráfica e o surgimento do fotolito, os cartazes passaram a ser reproduzidos em quantidades muito maiores e sua utilização como meio de comunicação ganhou proporções infinitas. Hoje, os cartazes são obrigatórios para atingir o consumidor, mesmo fazendo frente a outros meios como revistas, jornais, televisão, etc. Não podem e nem devem ser dispensados ou minorizados.” (NEWTON, 2000, p. 52).

Para a produção da arte do cartaz, foi necessário um estudante com conhecimento e habilidades em softwares gráficos, um fotógrafo, uma equipe responsável para obter modelos, figurino e toda organização para produção das fotos e por fim o estudo para criação do conceito formado por teoria de cores, diagramação, tratamento de imagem e tipografia, chegando então ao resultado final.

O projeto contou com a participação de seis estudantes exercendo cada um uma função específica e trabalhando em equipe. A equipe, nomeada Agência Portal, foi constituída por alunos matriculados no primeiro, terceiro e quinto semestre do curso de publicidade e propaganda da FCAD. A distribuição dos cargos foi realizada privilegiando os acadêmicos veteranos que ocuparam os cargos de direção - que requerem maior conhecimento e responsabilidade.

A Faculdade de Comunicação, Artes e Design (FCAD) colocou à disposição dos estudantes os seus estúdios, equipamentos e assistentes para fornecer o suporte necessário. Toda a campanha foi realizada no primeiro semestre de 2012, com reuniões semanais que ocorriam às terças-feiras, das 19h às 22h30min.

Durante todo o período de criação, o projeto foi executado de forma integrada, em sintonia, realizando *brainstorming* e sempre trabalhando em equipe, favorecendo o desenvolvimento criativo, a aprendizagem compartilhada.

### **Descrição do Produto.**

O Cartaz *Sundown*, o sol não tira férias foi desenvolvido no software gráfico Adobe Photoshop CS5 com técnicas de tratamento de imagem. O layout foi definido em tamanho A3 na horizontal já adaptado para impressão. No contexto de cores, predominam as cores quentes que representam o calor e a existência do Sol somado a algumas cores frias que remetem ao período de veiculação da campanha. A tipografia é simples e de fácil legibilidade.



O Adobe Photoshop é um software editor de imagens com funções e ferramentas eficientes para o desenvolvimento de peças profissionais.

“Esse software é um aplicativo de edição de imagens digitais, retoque de fotografia e produção de gráficos para web. É um dos mais utilizados em computadores de plataforma Windows ou Macintosh, e ocupa essa confortável posição porque detém mais de 80% do mercado de edição de imagens.” (ANDRADE, 2010, p. 09).

O cartaz possui um layout objetivo com destaque principal na modelo localizada no lado esquerdo com o conceito da sombra remetendo a proteção. A modelo utiliza uma combinação de figurino com destaque na cor vermelha, atingindo então o conceito de cores quentes para um cartaz do tema de outono e inverno insinuando que na maior parte do Brasil, o inverno também faz calor. “Vermelho-laranja-amarelo são as cores do fogo, das chamas, portanto também as cores do calor.” (HELLER, 2012, p. 56).

Os produtos estão localizados na parte inferior direita juntamente com o logo e slogan da campanha *Sundown*, o Sol não tira férias, sobre uma folha de outono para associar-se com o enredo da campanha. Logo abaixo o layout possui a utilização dos ícones das redes sociais *Twitter*, *Facebook* e o endereço do site utilizado na campanha.

O título “*O sol não tira férias*” segue na parte superior direita com uma caixa na cor amarelo destacando o texto na cor azul. A tipografia é da classificação sem serifa e de fácil legibilidade.

### **Referências bibliográficas**

ANDRADE, Marcos Serafim, **Adobe Photoshop CS5**. São Paulo: Editora SENAC, 2010.

BECATE, Renata Boutin. **Manual da Agência Experimental de Comunicação e Artes**. Salto: FCA, 2001.

CESAR, Newton. **Direção de Arte em Propaganda**. São Paulo: Editora Futura, 2000.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores**. São Paulo: Editora: G. Gilli, 2012.



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

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z: Como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso.** São Paulo: Campus, 2003.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda, teoria, técnica e prática.** São Paulo: Cengage Learning, 2009.

RIBEIRO, Milton. **Planejamento Visual Gráfico.** Brasília: LGE Editora, 2003.