

## Outdoor Tony's Pizza<sup>1</sup>

Jenyfer Teotonio MORENO<sup>2</sup>

William Kennidy LUZ<sup>3</sup>

Durval Abreu Neves FILHO<sup>4</sup>

Gustavo CARDOSO<sup>5</sup>

Lucas Brito da CONCEIÇÃO<sup>6</sup>

Luana F. BEZERRA<sup>7</sup>

Cristiane Peixoto NABARRETTI<sup>8</sup>

Faculdade Anhanguera de Limeira, São Paulo, SP

## RESUMO

Esse trabalho consiste em apresentar o outdoor da Tony's Pizzaria, localizada na cidade de Limeira-SP. Este outdoor contém um design moderno e atraente, mostrando assim todo o profissionalismo e competência da pizzaria. Ele foi desenvolvido pela agência experimental Ponto e Vírgula, da Faculdade Anhanguera de Limeira. A proposta da arte gráfica no outdoor é apresentar a pizzaria e suas qualidades de uma forma simples, mas conquistadora, fazendo com que os clientes criem uma visão que agregue valor e visibilidade à pizzaria.

**PALAVRA-CHAVE:** Outdoor; Pizzaria; Tony's; Pizza; Limeira.

## INTRODUÇÃO

Tony's Pizzaria é uma pizzaria situada na cidade de Limeira, SP. Através de sua competência, a pizzaria Tony's tem como objetivo atrair seus clientes em todos os detalhes contidos na pizzaria. Com a comunicação de suas deliciosas pizzas não foi diferente, pois é possível transmitir o valor, a importância e a preocupação com o meio ambiente através de suas embalagens sustentáveis e apoio a tecnologia na parte de cardápios virtuais através do site e de aplicativos móveis para celulares. Com o outdoor de suas deliciosas pizzas não foi diferente conforme apresentado a seguir.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Outdoor (avulso).

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 3º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: jenyfer\_teotonio@hotmail.com

<sup>3</sup> Estudante do 3º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: william.kennedy@hotmail.com

<sup>4</sup> Estudante do 3º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: contato@duneves.com.br

<sup>5</sup> Estudante do 3º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: gustavo-14cardoso@hotmail.com

<sup>6</sup> Estudante do 3º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: lbc.publicidade@gmail.com

<sup>7</sup> Estudante do 3º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: luanafbezerra@gmail.com

<sup>8</sup> Orientador do trabalho. Coordenadora do Curso de Publicidade e Propaganda, email: cristiane.nabarretti@ardu.com

## **OBJETIVO**

Os anúncios tradicionais de algumas pizzarias, em sua maioria, trazem apenas impresso o nome e o telefone da mesma e tudo isso de maneira simplista.

Baseando-se neste contexto o grande objetivo da Tony's Pizzaria é desenvolver um outdoor atraente que insista numa moderada simplicidade para não desviar o caminho aceito pelo mercado, porém com modernidade agregados ao produto final.

O outdoor da Tony's Pizzaria têm por objetivo mostrar beleza e nobreza da pizzaria. Estes aspectos são demonstrados em suas cores, tipologia e detalhes.

Todos estes aspectos do outdoor foram definidos através de constante *brainstorm* realizado pela agência responsável pelo desenvolvimento.

Brainstorming: Em inglês, tempestade cerebral. Reunião descontraída que consiste em propor e relacionar qualquer tipo de associações que vêm à cabeça, livre de críticas (LUPETTI, 2007, p. 191).

## **JUSTIFICATIVAS**

O desenvolvimento do outdoor consiste em evidenciar a nobreza e os diferenciais de uma verdadeira e tradicional pizzaria, que coloca a estética que o produto oferece, com diagramação envolvente, cores vibrantes e objetivamente empregadas, disposição de informações. Neste a simplicidade de um outdoor é definida por:

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)

## **MÉTODOS DE TÉCNICAS UTILIZADAS**

Os programas utilizados para criação do outdoor foram: Adobe Photoshop CS6. As imagens com os produtos também foram montados no Photoshop usando recortes, sobreposição de camadas e sombras. As cores utilizadas no outdoor tem seu valor e significado perante a padronização do ambiente e de espaço físico da pizzaria.

Conforme PINTO & OLIVEIRA (2007), “conhecido como a mais pública das mídias, [o outdoor] atinge todas as pessoas que andam pela cidade, sem distinção”, desse modo, a peça aumentaria o alcance dos anúncios e também atingiria os objetivos propostos pela campanha.

### DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O outdoor produzido contém um design diferenciado, coerente e arrojado, colocando em questão a sua diferenciação por ser visual. Mantém em seu visual a intenção sóbria e sofisticada, também conta com a inclusão e informações adicionais bem empregadas, tornando o vínculo com o cliente, um pouco maior, ou seja, o outdoor dispõe-se das seguintes informações: site, telefone, indicação de aplicativo, logotipo da pizzaria e uma imagem apropriada para chamar a atenção do produto.

Tonys Pizzaria



Figura 1 – Outdoor da Tony's Pizzaria



As cores utilizadas possuem significado e desta forma estão empregadas em contexto geral, não só outdoor, como nas demais formas de veiculação da pizzaria.

## **CONSIDERAÇÕES**

O outdoor da Tony's Pizzaria é diferente, elegante e com visual agradável.

A intenção é evidenciar também a sofisticação da pizzaria através do delivery que seria o serviço de entrega em domicílio, ou seja, mesmo no lar dos clientes a imagem da pizzaria mantém-se firme e conceituada por intermédio do produto que se oferece em uma imagem e arte muito bem desenvolvida.

O layout desenvolvido é atraente e sofisticado para que a Tony's Pizzaria destaque-se em relação a seus concorrentes, realçando os atributos do produto.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

CESAR, Newton. **Direção de Arte em Propaganda**. São Paulo: Editora SENAC, 2006.

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

LUPETTI, Marcélia. **Gestão Estratégica da Comunicação Mercadológica**. 1. ed., São Paulo: Cengage Learning, 2007.

PINTO, Evely Xavier; OLIVEIRA, Nathália Pucci. **A Importância do Outdoor como Meio de Comunicação de Massa e como Mídia Exterior**. Trabalho apresentado ao Intercom 2007 - XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos, SP.

SIGNIFICADO DAS CORES. Disponível em: <<http://www.significadodascores.com.br/>>. Acesso em 09/abril 2014.