

PROJETO EXPERIMENTAL

Projeto de Campanha Publicitária
apresentada ao

Núcleo Docente Estruturante do Curso de
Tecnologia



em Produção Publicitária como requisito para

aprovação da disciplina de Projeto Experimental.

BOOK LOVERS

Nome das autoras:

Alexia Caroline de Sousa Silva
Graduanda do Curso de Tecnologia em Produção Publicitária



Maynnara Costa Gomes de Oliveira
Graduanda do Curso de Tecnologia em Produção Publicitária

Tarcylla Reis Moreira
Graduanda do Curso de Tecnologia em Produção Publicitária

1. INTRODUÇÃO

O presente projeto teve como origem o estudo do grupo urbano Book Lovers, que foi criado para incentivar adolescentes e jovens a ter o hábito de ler. No mesmo, são lançadas metas para todos os integrantes de fazer a leitura de um livro por mês, sendo o mesmo gênero para todos os componentes.

A leitura traz para o ser humano vários benefícios entre eles, é a ampliação do vocabulário. O hábito da leitura é um dos mais importantes para o desenvolvimento do intelecto e também o caminho mais curto para adquirir conhecimento pois, estimula o bom funcionamento da memória e aprimora a capacidade interpretativa.

Neste entendimento tem como objetivo da campanha tornar conhecido o grupo Book Lovers na cidade de Balsas, mostrando os caminhos e a transformação que a leitura pode trazer, para que o público passe a entender as inúmeras vantagens e aprendizados que pode adquirir.

Este trabalho terá inicialmente a construção de uma logomarca para facilitar o reconhecimento do grupo, seguido a produção de um mini outdoor que ficará em pontos estratégicos da cidade, banners digitais e podcast para a rede social, panfleto que será entregue junto com um marcador de página para o público alvo e um mobiliário urbano para incentivar a leitura.



2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral

Tornar o grupo urbano Book Lovers conhecido na cidade de Balsas através de uma campanha publicitária, criando estratégias para atingir seu público alvo, a fim de atrair para o grupo, mostrando a importância da leitura e os benefícios que ela proporciona para a vida.

2.2 Objetivos Específicos

- Estimular o público alvo a participar do grupo;
- Mostrar o benefício da leitura;
- Tornar o Book Lovers mais conhecido na cidade de Balsas;
- Criar uma identidade visual;
- Desenvolver conceitos sobre o grupo urbano.



3. DESCRIÇÃO DO OBJETO PUBLICITÁRIO

Necessidade de criação de uma logomarca, a fim de ter uma maior visualização do grupo na cidade;
Desenvolvimento de um mobiliário urbano que enfeitam praças e parque, deixando os locais bem mais atraentes, tornando a leitura visível para quem passa, resgatando e estimulando o hábito pela leitura e a literatura em si para a população;

Propagação de outdoors, panfletos e podcast para que o público alvo tome conhecimento do que é o Book Lovers e sejam atraídos a participar;

Desenvolvimento de marca página e banners digitais que motivam o público a ter o gosto pela leitura e propagar para mais pessoas os benefícios que ela traz.



4. SINOPSE

Quantos livros você já leu até a metade deste ano? Nenhum?

Saiba que através da leitura você pode, estimular sua criatividade, melhorar seu vocabulário e ajudar no funcionamento do cérebro. Prevenindo também, doenças cognitivas como o Alzheimer. Além de, estimular o pensamento lógico, a tomada de decisões e a solução de problemas. Praticando esta atividade prazerosa, desperta em você sentimentos de alegria e bem estar, melhorando a qualidade de vida. Promovendo assim sua evolução, seja como ser humano ou mesmo como profissional. Ler proporciona infinitas possibilidades. Não é atoa que se diz: “Essa é a melhor oportunidade para viajar, mesmo sem sair do lugar”. Legal né? Se interessou?

Para te ajudar a construir este maravilhoso hábito da leitura, lhe apresentamos o grupo Book Lovers. Com integrantes que vão te ajudar a amar este fascinante mundo das palavras e mostrar que você pode conseguir esta prática pelas metas e demais interações em conjunto. Dúvido você não se apaixonar.

5. ROTEIRO



VINHETA	ON OF	LOCUÇÃO 1-VOZ FEMININA NATURAL OLÁ, SEJAM TODOS BEM VINDOS AO BOOK LOVERS NÚMERO UM/ME CHAMO MAYNNARA COSTA E É AQUI QUE VAMOS DISCUTIR TUDO SOBRE O UNIVERSO DA LEITURA/E NESSE PRIMEIRO EPISÓDIO IREMOS CONHECER UM POUCO DESSE GRUPO QUE VEM CONQUISTANDO ESPAÇO NO MUNICÍPIO DE BALSAS NO ESTADO DO MARANHÃO/ A PRINCÍPIO A IDEIA ERA INCENTIVAR UMAS AS OUTRAS EM UM GRUPO DE AMIGAS A TER O HÁBITO DA LEITURA. MAS, AO OBSERVARMOS VIMOS A NECESSIDADE DE MUITOS JOVENS A TER ESTE HÁBITO E FOI DAÍ QUE SURTIU O BOOK LOVERS. É USADO UMA META DE UM LIVRO POR MÊS IGUAL PARA TODOS E AO FINAL É REALIZADO UM ENCONTRO PARA DISCUTIR SOBRE O LIVRO/ MANEIRO NÉ? PARTICIPE DO GRUPO BOOK LOVERS E VENHA SE APAIXONAR PELO O UNIVERSO DA LEITURA/ PARA MAIS INFORMAÇÕES ACESSE NOSSO INSTAGRAM @LEITORESBL E FIQUE POR DENTRO DAS NOVIDADES/ VOCÊ TAMBÉM PODE ESTAR INTERAGINDO CONOSCO PELO DIRECT NOS MANDANDO CURIOSIDADES E SUGESTÕES DE LIVROS QUE VOCÊ MAIS GOSTOU/BEIJOS E ATÉ O PRÓXIMO EPISÓDIO//
Trilha	Off	



VINHETA	ON OF	<p>LOCUÇÃO 1-VOZ FEMININA NATURAL</p> <p>OLÁ,SEJAM TODOS BEM VINDOS AO BOOK LOVERS NÚMERO TRÊS/ME CHAMO MAYNNARA COSTA E NESSE TERCEIRO EPISÓDIO VAI SER UM POUCO DIFERENTE/ NOSSA SEGUIDORA ALEXIA NOS MANDOU UM DIRECT PEDINDO QUE COMENTASSE UM POUCO SOBRE O LIVRO" A SELEÇÃO"/E FOI UMA ÓTIMA ESCOLHA VIU ALEXIA/ LANÇADO EM VINTE E QUATRO DE ABRIL DE DOIS MIL E DOZE NOS EUA PELA AUTORA ESTADUNIDENSE KIERA CASS/A HISTÓRIA SE PASSA NO FUTURO EM UM PAÍS CHAMADO ILLÉA,ONDE A SOCIEDADE É DIVIDIDA EM CASTAS E OS EVENTOS OCORRIDOS SÃO NARRADOS PELA PROTAGONISTA AMERICA SINGER,UMA JOVEM DE CASTA CINCO(ESSA CASTA ENVOLVE OS MÚSICOS DANÇARINOS,FOTÓGRAFOS, ARTISTAS DE MODO GERAL) E DURANTE TODA A HISTÓRIA É NARRADO UMA COMPETIÇÃO,"SELEÇÃO"/DAÍ ESTA ORIGINADO O NOME DO LIVRO ,ONDE 35 GAROTAS DISPUTAM A MÃO DO PRÍNCIPE MAXON,ASSIM COMO O TÍTULO DE PRINCESA E FUTURA RAINHA DE ILHÉIA/ O LIVRO É UM POUCO CHOCANTE,POIS AMERICA É POBRE E VIVE EM UMA REALIDADE ONDE AS PESSOAS PASSAM FOME DIARIAMENTE E ALGUNS ATÉ MORREM DE EXAUSTÃO/ELA É APAIXONADA POR UM JOVEM CHAMADO ASPEN,QUE AINDA É MAIS POBRE QUE ELA/AMERICA PASSA UM BOM TEMPO FAZENDO PLANOS PARA O FUTURO DOS DOIS,PENSA EM CASAMENTO,FILHOS/ MAS, A HISTÓRIA MUDA QUANDO ELA É ESCOLHIDA PARA A SELEÇÃO/ QUER SABER MAIS UM POUCO DA HISTÓRIA?PARTICIPE DO GRUPO BOOK LOVERS E VENHA SE APAIXONAR AINDA MAIS PELO O UNIVERSO DA LEITURA/PARA MAIS INFORMAÇÕES ACESSE NOSSO INSTAGRAM @LEITORESBL E FIQUE POR DENTRO DAS NOVIDADES/ VOCÊ TAMBÉM PODE ESTAR INTERAGINDO CONOSCO PELO DIRECT NOS MANDANDO CURIOSIDADES E SUGESTÕES DE LIVROS QUE VOCÊ MAIS GOSTOU/BEIJOS E ATÉ O PRÓXIMO EPISÓDIO//</p>
TRILHA	OF	

6. CONCEITUAÇÃO FOTOGRÁFICA



A campanha publicitária tem como objetivo tornar o Book Lovers conhecido, resgatando o hábito da leitura entre os jovens, encorajando o envolvimento dos mesmo no grupo. Todas as peças foram feitas analisando as pesquisas realizadas durante todo o percurso do trabalho, tentando atingir o objetivo do grupo.

Foram desenvolvidas através de uma identidade visual de fácil reconhecimento e assimilação. A identidade se mantém harmônica, mantendo o padrão de cores do grupo como obrigatoriedades. Tenta-se passar a sensação de algo novo e ao mesmo tempo chamativo e alegre movimentando de alguma maneira o público alvo.

7. DIREÇÃO DE ARTE



A direção de arte é uma parte da criação publicitária que transforma em mensagem toda uma linguagem visual das peças publicitárias. Ou seja, combina diferentes elementos visuais que resultam na estética do projeto. César (2000, p.115) aborda isso da seguinte forma:

“Quando se cria um projeto gráfico onde todo o conjunto de elementos estão combinados e tratados da mesma maneira que fiquem bem distribuídos e tenham sentido, se está fazendo designer gráfico. Diagramação, fotos, ilustrações, tipografias e efeitos computadorizados fazem parte da elaboração desse projeto. Criar num espaço bidimensional- nesse caso o papel ou tela do computador- e dar sentido aos elementos que vão ocupar esse espaço é fazer designer gráfico.”

Portanto, o diretor de arte coordena para que todos os elementos estejam de acordo com a mensagem que precisa ser passada.

Desse modo, foram construídas as peças da campanha para o Book Lovers. Foram feitas de formas que transmitem vivacidade e a texturização 3D para mostrar inovação junto com o Book Lovers. As fontes foram Futura e Olympic Branding, de modo que se contrastassem dando maior destaque e visualização ao texto nas peças.

As cores usadas são as do grupo, como solicitado nas obrigatoriedades. O vermelho e o amarelo prioritário e o rosa e o azul secundário. Vermelho foi mais utilizado pelo seu significado que é a cor da paixão, ela está associada ao amor e a energia que a leitura pode trazer. E o amarelo está associado a alegria, ternura e bem estar.

8. ADEQUAÇÃO AO PÚBLICO



Todas as mídias foram direcionadas ao público alvo, sempre instigando-os a ler como é o objetivo do grupo e sendo assim uma estratégia publicitária. Outra é utilizar as redes sociais como meio de divulgação e por fim utilizar as mídias impressas para despertar ainda mais a curiosidade das pessoas.

Nosso público são jovens que estão cursando o ensino médio, então estamos perto de algumas escolas colocando as mídias impressas e convidando através delas a acessarem o Instagram do grupo.

9. ORÇAMENTO



PEÇAS	QUANTIDADE	DURAÇÃO	CUSTO
Banners Digitais	10	1 semana cada	R\$ 1.220,00
Outdoors	3	1 mês	R\$ 3.360,00
Marcadores de página	2000	1 mês	R\$ 310,00
Panfletos	2000	1 mês	R\$ 393,80
Podcast	3	1 semana cada	R\$ 336,00
Mobiliário Urbano	1	1 vez por semana	R\$ 720,00
TOTAL	-----	-----	R\$ 6.339,80

Verba do grupo: 6.400,00

10. CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO

- 1- Realizar visita ao grupo urbano;
- 2- Iniciar a escrita de material;



- 3- Criar estratégias de campanha;
- 4- Criar as mídias de divulgação;
- 5- Finalizar o material da campanha.

Atividade	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO
1		x		
2			x	
3		x		
4			x	
5				x

11. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A campanha publicitária desenvolvida neste projeto foi correspondida as necessidades do grupo book lovers, que buscou além de promover a visibilidade do grupo, destacar a importância da leitura e os benefícios que trás para a vida, envolvendo os jovens com o book lovers.



O desenvolvimento do tema- Desenvolver uma campanha publicitária para grupos urbanos na cidade de balsas, nos permitiu enquanto acadêmicos, unir muitos dos conhecimentos adquiridos ao longo do curso. A utilização dos programas de edição, a experiência do trabalho em uma agência, a essência de um trabalho em grupo, em busca dos objetivos do fazer acontecer.

Através de vários estudos aplicado, conseguimos alcançar o objetivo deste trabalho. Tornando eficaz no sentido de atender a necessidade do grupo, mostrando evidenciar pontos positivos levando atingir o objetivo da comunicação.

