



Largue a rotina e suma do mapa¹

Natália Rios Godoy²

Edgar Tavares da Silva³

Faculdade Estácio de Sá, Campo Grande, MS

RESUMO

“Largue a rotina e suma do mapa” é o título do anúncio impresso de uma campanha da concessionária Trilha Pantanal, revenda de carros credenciada da Troller. Uma das peças escolhidas para a campanha é o anúncio impresso em revistas de circulação local. Essas revistas são direcionadas aos públicos das classes A e B, consumidores do jipe Troller.

Para que o anúncio estimule a curiosidade do consumidor, utilizamos o *teaser* “Começou a contagem regressiva para você largar a rotina e sumir do mapa” e, na edição seguinte, o anúncio com o objetivo de convidar os leitores a conhecerem a loja reformada da Troller em Campo Grande, MS “Largue e rotina e suma do mapa”.

PALAVRAS-CHAVE: jipe; SUV, Pantanal; rotina; concessionária.

¹ Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade anúncio impresso.

² Aluno líder do grupo e estudante do 8º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: natalinharios@yahoo.com.br.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso Publicidade e Propaganda, email: etavares@fes.br.



INTRODUÇÃO

“Largue a rotina e suma do mapa” é o mote para uma campanha da concessionária Trilha Pantanal, revendedora de carros credenciada da Troller. Localizada em Campo Grande, MS, esse mote sugere aventura e liberdade, que remete às principais características que um jipe SUV (*Sport Utility Vehicle* - Utilitário Desportivo) deve possuir. Para divulgar essa campanha, uma das peças escolhidas foi o anúncio impresso em revistas mensais de circulação local, que é direcionado aos públicos das classes A e B, consumidores do produto Troller.

Utilizamos do *teaser*, para estimular a curiosidade do leitor e, na edição seguinte, um anúncio-convite justificando o *teaser*.

2 OBJETIVO

A Trilha Pantanal, concessionária credenciada Troller em Mato Grosso do Sul, passou por uma reforma recentemente. Para divulgar a reinauguração, foi produzido um evento na loja com possibilidade de *test-drive*. No terreno ao lado, de posse da loja, seria produzido uma pista de *rally* para degustação do Troller. Para divulgar esse evento, uma das mídias escolhidas, foi o anúncio impresso em revista. Portanto, foi produzido um *teaser* + anúncio com o objetivo de convidar os leitores a conhecerem a loja reformada da Troller.

Em nosso estado, existe apenas uma revenda autorizada Troller. Essa loja, a Trilha Pantanal, não costuma fazer materiais de divulgação, portanto é pouco conhecida no estado. A empresa também não possui marca gráfica. Para tanto, foi construída uma logomarca para a produção do anúncio.

A utilização do *teaser* é para instigar a curiosidade do leitor a conhecer a loja Troller em Campo Grande, MS. O *teaser* “Começou a contagem regressiva para você largar a rotina e sumir do mapa” gera um impacto que, não seria possível utilizando-se apenas do anúncio-convite. Em seguida, no anúncio-convite, a utilização da frase: “largue a rotina e suma do mapa, tem por objetivo convidar o leitor a largar sua rotina estressante para conhecer um pouco de aventura, que ele encontrará na concessionária, experimentando o *SUV* Troller.



3 JUSTIFICATIVA

Segundo uma pesquisa realizada para este trabalho, o consumidor do Troller T4 é, em sua grande maioria, do sexo masculino. Pertence à faixa etária de 35 a 55 anos, é casado, tem filhos e constituem família pequena. Fazem parte da classe A e B. O Troller é o segundo carro da família, sendo o primeiro um carro passeio, como o New Civic, Mégane, Corolla, entre outros. Quem compra Troller não tem caminhonete. Geralmente são profissionais liberais, como médicos, dentistas, jornalistas, empresários, fotógrafos e professores. Compram o jipe para fazer trilhas leves e viagens com toda família (tanto esposa e filhos, quanto pais e irmãos). Participam de *rallys* e expedições ou criam seu próprio percurso. Lêem bastante, pois apresentam um vocabulário bastante rico. Procuram saber sobre a história dos lugares onde vão, e são apaixonados pelo carro. Na hora de comprar, financiam ou dão uma entrada de 50% do valor do carro. A procura é ainda maior por carros seminovos. Suas esposas tem poder de escolha na compra do carro.

Tomando como base essas informações, foi desenvolvido um evento para que esse público pudesse degustar de um SUV e levar a família para esquecer a rotina desgastante e conhecer o Troller. Ou seja, largar a rotina e sumir do mapa por um final de semana. Nesse evento, haveria uma pista feita especialmente para um *test-drive*. Como forma de divulgação desse evento, foram produzidos o *teaser* e o anúncio.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

4.1 Conceitos e semântica

O *teaser* utilizado na campanha “Começou a contagem regressiva para você largar a rotina e sumir do mapa” faz com que o consumidor tenha curiosidade em saber o que o fará sair da rotina, de forma que ele pense, por uns instantes a mais do que um anúncio comum, em possibilidades para a resposta dessa dúvida. O objetivo é gerar expectativa para que o leitor espere a próxima edição para sanar essa curiosidade.

Na frase “Começou a contagem regressiva para você largar a rotina e sumir do mapa” foram utilizadas palavras ligadas a uma corrida de *rally*. “Contagem regressiva” remete a um cronômetro, equipamento essencial em um campeonato de *rally*; “largar” deriva a palavra “largada” que também está relacionada ao *rally*.

Na peça seguinte, a frase de impacto é “Largue a rotina e suma do mapa”. É utilizada como forma de convite com o intuito de mostrar que a loja Trilha Pantanal é o ponto de partida para que o consumidor consiga deixar as obrigações de lado para dar lugar à diversão, ou seja, largar da rotina estressante para ter uma vida com mais emoção.

Para passar essa idéia, a frase-chave é “Largue a rotina”. A palavra “largue”, como dito anteriormente, remete largada de *rally*. Também passa a idéia de displicência, que é justamente isso que a campanha pede: para que o cliente deixe as responsabilidades de lado e vá curtir a vida.

“Rotina” foi escolhida por ser uma palavra que sugere algo chato, monótono. Portanto, “largue a rotina” se enquadra àquilo que a campanha deseja transmitir.

No anúncio-convite deve conter as informações de como a pessoa pode “largar a rotina e sumir do mapa”, como: o que a fará largar: a Trilha Pantanal; quando: dias 21, 22 e 23 de novembro, das 8h às 16h; onde: Rua Joaquim Murтинho, 4.701, tel. 3348-3400; e porquê: para pilotar um Troller numa pista feita especialmente para você largar a rotina. Tudo isso no curto texto: “A nova Concessionária Trilha Pantanal estará te esperando para pilotar um Troller numa pista feita especialmente para você largar a rotina. Dias 21, 22 e 23 de novembro, das 8h às 16h. Rua Joaquim Murтинho, 4.701, tel. 3348-3400.”

4.2 Tipologia

Foram utilizadas apenas duas tipologias no anúncio. A primeira adotada é a Crackhouse e a segunda é a Dax-Medium. A falhas contidas na fonte preferencial, remete a marcas de barro, essencial em um *rally*. A fonte de apoio, Dax-Medium, é moderna e de fácil leitura, A cor marrom utilizada no texto é usada para lembrar barro, já que a primeira tipologia remete a isso.

4.3 Composição

O fundo dos anúncios é composto por mapas do estado de Mato Grosso do Sul, o que liga a diretamente ao mote da campanha “suma do mapa” utilizado nos anúncios.

A foto do Troller é indispensável no anúncio. A posição em que ele foi enquadrado na foto, valoriza o *SUV*. A cor original do Troller T4 era amarela, que foi transformada em vermelho por ser a cor da marca Troller. O vermelho é uma cor quente e estimulante, ideal para esse anúncio. A localização do T4 sobre uma superfície de barro remete ao conceito da campanha.



Os adeptos da prática *off-road* não são bem vistos pelos meio-ambientalistas, devido a depredação que uma trilha causa. Diante disso, as peças foram produzidas sob fiscalização no sentido de preservar o meio ambiente. Para tanto, foram utilizados as marcas de possíveis parceiros.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

As revistas escolhidas são “A Gente” e “Ímpar”. São periódicos mensais de circulação local. Tem uma ótima aceitação e grande credibilidade entre o público pertencentes as classes A e B, ao qual se destina as revistas.

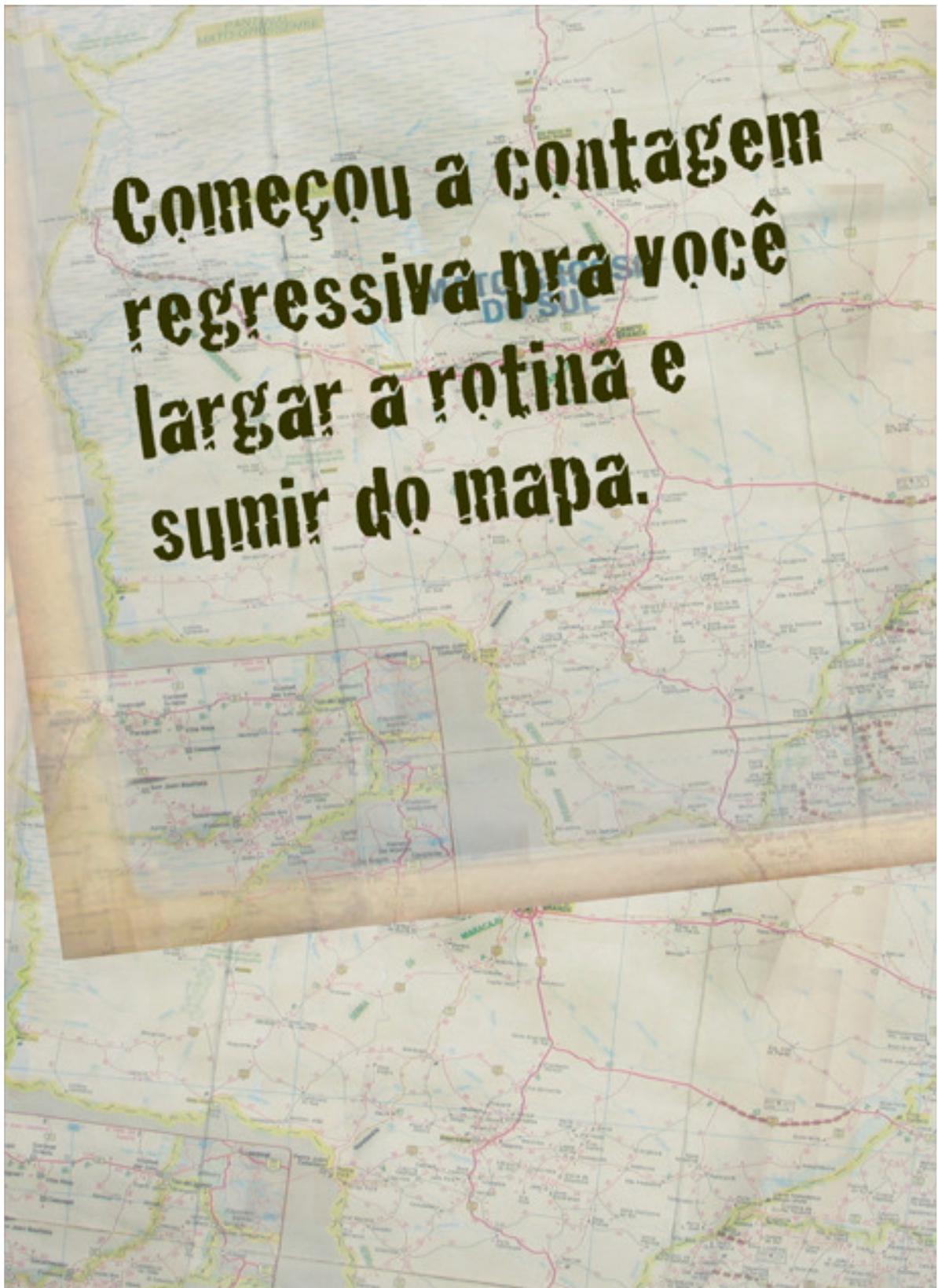
As dimensões dos anúncios são 197mm x 275mm. Por ser revistas com papéis de alto brilho e gramatura, foi utilizada a resolução de 266 DPI na produção.

As fotos foram produzidas e/ou tratadas pela autora deste trabalho. O mapa de Mato Grosso do Sul é uma foto do mapa pertencente ao Guia 4 Rodas, em que foi descaracterizado utilizando-se do Software Photoshop. O Troller utilizado no anúncio, originalmente amarelo (modificado pelo orientador deste trabalho), foi levado ao Pantanal, onde a foto foi produzida (por Wilmara Aparecida Rios).



6 ANEXO

Teaser





Anúncio-convite

**Largue a rotina
e suma do mapa.**

A nova Concessionária Trilha Pantanal estará te esperando para pilotar um Troller numa pista feita especialmente para você largar a rotina.

Dias 21, 22 e 23 de novembro, das 8h às 16h.

Rua Joaquim Murinho, 4.701, tel. 3348-3400.

**Trilha
Pantanal**
CONCESSIONÁRIA

Para pilotar na trilha, será obrigatório a apresentação da CNH.



REFERÊNCIAS

https://www.troller.com.br/index_final.php, acesso em: 9 de março

<http://troller.ushuaia.zip.net/>, acesso em: 9 de março

<http://www.caronaparaosul.blogspot.com/>, acesso em: 11 de março

<http://www.ruta0.com>, acesso em: 20 de março

<http://www.unifisa.com.br/troller/>, acesso em: 25 de março

<http://www.copatroller.com.br/>, acesso em: 26 de março

<http://www.4x4brasil.com.br/forum/showthread.php?t=22116> , acesso em: 27 de março

<http://www.4x4brasil.com.br/forum/archive/index.php/t-5200.html>, acesso em: 27 de março

http://www.webmotors.com.br/wmpublicador/OffRoadTestes_Conteudo.vxlpub?hmid=36155, acesso em: 9 de abril

http://blogdoguilhon.blogspot.com/2007_04_01_archive.html, acesso em: 9 de abril

http://www.webmotors.com.br/wmpublicador/OffRoadNoticias_Conteudo.vxlpub?hmid=35419, acesso em: 28 de abril

<http://www.inova.unicamp.br/inventabrasil/troller.htm>, acesso em: 28 de abril

<http://www.eusouluz.iet.pro.br/evolelemental.htm>, acesso em: 28 de abril

<http://carsale.uol.com.br/hotsite/entrevistas/entrevista7.shtml>, acesso em: 28 de abril

http://www.webmotors.com.br/wmpublicador/Noticias_Conteudo.vxlpub?hmid=37200,
acesso em: 29 de abril

<http://ssl.carsale.com.br/noticias/ed101not7270.shtml>, acesso em: 29 de abril

<http://www.elevadores.com/uf/index.php>, acesso em: 30 de abril

<http://www.mundodasmarcas.blogspot.com/2006/06/troller-genuine-made-in-brazil.html>,
acesso em: 30 de abril

http://quatorrodas.abril.com.br/carros/usado/conteudo_139962.shtml, acesso em: 30 de abril



http://quatorrodas.abril.com.br/carros/comparativos/conteudo_260686.shtml, acesso em: 30 de abril

<http://www.trilha4x4.com.br/motor14.htm>, acesso em: 30 de abril

http://pt.wikipedia.org/wiki/Volkswagen_AP, acesso em: 30 de abril

<http://quatorrodas.abril.com.br/comparativo/>, acesso em: 6 de maio

[\[rs.com.br/index.php?p=cont_int&p1=boletim&txt_codigo=10005190\]\(http://www.consumidor-rs.com.br/index.php?p=cont_int&p1=boletim&txt_codigo=10005190\), acesso em 7 de maio](http://www.consumidor-</p></div><div data-bbox=)

<http://www.jornaldobolsao.com.br/noticias/noticia.php?noticia=11197>

<http://ciencia.hsw.uol.com.br/forca-potencia-torque-energia4.htm>, acesso em 7 de maio.

http://pt.wikipedia.org/wiki/L%C3%ADngua_portuguesa, acesso em 12 de maio.

Isto é Dinheiro. número 0487, janeiro/2007.

<http://www.automotivebusiness.com.br/highlights%20abril03.htm>, Acesso em 12 de maio.

http://www.carronovo.com.br/arquivo_noticias_04_2003.php, Acesso em 12 de maio.

http://www.ac.gov.br/procon/index.php?option=com_content&task=view&id=15&Itemid=29, Acesso em 12 de maio.

<http://www.4x4brasil.com.br/forum/showthread.php?t=12241&page=4>, Acesso em 16 de junho

<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/default.php>, Acesso em 17 de junho.

<http://www.spokpropaganda.com.br/produtoinfo.php?id=1079>, Acesso em 21 de junho

<http://www.spokpropaganda.com.br/produtoinfo.php?id=1079>

<http://mapas.ibge.gov.br/cim/viewer.htm>