



Morana¹

Cristiane RAMOS²

Amanda VIEIRA³

Ana Deyse CARDOSO⁴

Bruna MONTRAZI⁵

Fernanda Polastrini AZEVEDO⁶

Marisa Eugênia da SILVA⁷

Priscilla Davoglio GUERRA⁸

Edson Paiva⁹

Unifieo – Centro Universitário Fieo, Osasco, SP

RESUMO

Para divulgar a marca Morana em 2011, foram desenvolvidas ações em mídias alternativas para tornar conhecidos os valores da marca tais como modernidade, glamour, elegância e poder. Além da utilização das mídias e também foram realizados dois eventos (“Fique *fashion* com Morana” e “Morana em um gesto de amor”), sendo que foram utilizados mídias alternativas para receptionar e interagir com o público. Tornando-se um grande atrativo e diferencial, contribuindo para transmitir a modernidade, sofisticação e glamour da marca.

PALAVRAS-CHAVE: mídia alternativa; evento; realidade aumentada; RFID.

¹ Trabalho apresentado no DT 2 – Publicidade e Propaganda do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 12 a 14 de maio de 2011. Trabalho, modalidade **Mídia Alternativa**.

² Aluno líder graduado em 2010 no Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da Unifieo, email: cris_ramos@hotmail.com.

³ Aluno graduado em 2010 no Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da Unifieo, email: amandinha_acvn@hotmail.com.

⁴ Aluno graduado em 2010 no Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da Unifieo, email: ana.publicidade@yahoo.com.br.

⁵ Aluno graduado em 2010 no Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da Unifieo, email: brucamribeiro@hotmail.com.

⁶ Aluno graduado em 2010 no Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da Unifieo, email: fernandapolastrini@hotmail.com.

⁷ Aluno graduado em 2010 no Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da Unifieo, email: marisa.eugenia@hotmail.com.

⁸ Aluno graduado em 2010 no Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da Unifieo, email: pridavoglio@gmail.com.

⁹ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da Unifieo, email: prof.epd@gmail.com.



INTRODUÇÃO

As ações desenvolvidas para divulgar a Morana Acessórios em 2011, teve como objetivo divulgar os valores da marca em especial a modernidade. Por isso além da utilização de mídias como revista, tv e internet, foram realizados dois eventos que contaram com a utilização de mídias alternativas, sendo esse um grande atrativo e diferencial nos eventos.

No evento “Fique *fashion* com Morana” realizado no São Paulo *Fashion Week* foram utilizados recursos da realidade aumentada, interatividade e *bluetooth*. No evento beneficente “Morana em um gesto de amor” foi utilizando o RFID para recepcionar os convidados de uma forma diferenciada.

2 OBJETIVO

O São Paulo *Fashion Week* é o mais importante evento de moda de São Paulo, é importante para uma marca ligada ao mundo da moda marcar presença em um evento como esse. Por isso foi montando um estande para divulgar a marca Morana e para garantir o destaque foram utilizados novos recursos relacionados à forma de divulgação, criando proximidade entre o público e a marca, por meio da interatividade. Além de gerar um banco de dados para futuras ações de relacionamento. O evento beneficente foi realizado para contribuir com o projeto Ação Criança e ao mesmo tempo agregar valor à marca, para que a Morana seja vista como uma empresa com responsabilidade social.

3 JUSTIFICATIVA

Escolhemos o SPFW por ser um evento de moda no qual o público feminino está presente e por ser um evento de grande reconhecimento o que valoriza a imagem da marca. O estande interativo foi criado para despertar a atenção do público frequentador do evento, se tornando um chamariz para atrair novos consumidores e fidelizar os atuais consumidores da marca. O banco de dados é de grande importância, pois ajuda a manter um relacionamento com o público alvo, como em datas comemorativas, informando também sobre eventos, troca de coleção, entre outros. Para o evento beneficente a



escolha da instituição foi justificada por seus projetos, atividades e eventos. Esse evento em prol da Ação Criança agrega valor à marca, arrecadando fundos para a instituição.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para o desenvolvimento dos eventos foram realizadas reuniões de equipe, estudo e pesquisa de novas mídias. Com bases nesses dados foi observado que a melhor opção seria a de utilizar a interatividade e realidade aumentada.

No evento do SPFW foram utilizados o *Bluetooth*, o espelho virtual e o jogo interativo. O dispositivo de *Bluetooth* no celular permite uma forma de publicidade interativa, com a autorização do usuário é feito o envio de mensagens em forma de imagens estáticas, imagens animadas, áudio, textos, vídeos, aplicativos, games entre outros, sem que tenha custo para ele.

O espelho virtual utiliza a tecnologia da realidade aumentada que permite que através da imagem captada por uma *webcam* as pessoas possam provar produtos e interagir com outros objetos, personagens virtuais ou jogos. Dois bons exemplos disso são os *softwares* Ray-Ban Virtual Mirror, que permite que as pessoas provem vários modelos de óculos da marca e o Fashionista esse permite que através da realidade aumentada as pessoas provem vários modelos de roupas, estando em sua casa com o uso de uma *webcam*, de computador e acesso a internet. Além de provar as roupas ela pode tirar fotos mandar para seu perfil no *facebook* e pedir a opinião de seus amigos antes de comprar a peça.

O jogo interativo permite que através de uma tela *touch screen* a pessoa interaja com os elementos do jogo, tornando assim mais interessante a jogabilidade.

O RIFD (*Radio Frequency Identification*) é um sistema de identificação por radiofrequência que utiliza ondas eletromagnéticas (sinais de rádio) para transmitir dados armazenados em um *micro chip* inserido em etiquetas ou *tags*, que é lido através de antenas, integradas aos leitores e sistema de gestão.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

No evento “Fique fashion com Morana” foram utilizados quatro pontos de *Bluetooth*, dos quais foram disparadas imagens animadas (ver anexo 1) com finalidade de atrair o público para o estande da Morana, divulgar a nova linha de produtos e a



marca. Ao chegar no estande (ver anexo 2), as promotoras recepcionaram as pessoas, incentivando-as a entrar e mostrando a elas o funcionamento do espelho virtual e do jogo interativo.

O espelho virtual permite que a visitante conheça e prove virtualmente a nova linha de produtos. A visitante se posiciona na frente de uma tela de TV, que transmite sua imagem captada através de uma *webcam*, com o auxílio de um computador e do *software*, a pessoa consegue escolher o produto que deseja provar pelo processo *touch screen*, seja ele um brinco, colar, anel ou pulseira, visualizando na TV como ela fica com o produto escolhido (ver anexo 3).

Outra opção era o jogo interativo, disponível em uma tela de TV com tecnologia *touch screen*, no qual a visitante para utilizar o jogo deveria fazer primeiro um breve cadastro, confirmando no final se deseja receber novidades sobre produtos ou eventos da marca, formando assim um banco de dados. No jogo a pessoa poderia montar um *look* escolhendo as peças que mais tem haver com a sua personalidade (ver anexo 4) e no final ela recebia dicas de peças da nova coleção que combinavam com ela e dados sobre sua personalidade, mostrando que as peças que ela utiliza no dia a dia também diz muito sobre ela.

No evento “Morana em um gesto de amor” foram entregue aos convidados, com ajuda de uma assessoria de imprensa, convites (ver anexo 5) equipados com a tecnologia RFID, no qual uma etiqueta RFID (ver anexo 6) permitia que pessoa fosse identificada ao entrar no salão no qual ocorria o evento, ao ser identificada uma mensagem era transmitida ao computador fazendo com que no telão, colocado em um local de destaque, fossem mostrado fotos dos convidados, nome e uma mensagem de agradecimento pela presença. (ver anexo 7) Mostrando que a presença de cada convidado é importante e que ele é o destaque para o evento.

Para a realização do evento “Fique *fashion* com Morana” foi investido um total de R\$ 161.812,20, sendo que desse valor R\$ 20.000,00 refere-se à montagem do *stand*, R\$ 12,5000,00 ao jogo interativo, R\$ 60.200,00 ao espelho virtual e R\$ 223,68 aos pontos de Bluetooth. E para ao evento “Morana em um gesto de amor” Foram investidos R\$ 282.749,00, sendo que desse valor R\$ 153,00 refere-se à produção dos convites com a etiqueta RFID e R\$ 22.876,00 refere-se aos leitores, antenas e software necessários para o funcionamento da tecnologia RFID.



6 CONSIDERAÇÕES

Sempre estão surgindo novas tecnologias é importante fazer uma pesquisa e acompanhar as novidades que aparecem no mercado e verificar como ela pode ser utilizada para alavancar a campanha do cliente, pois uma novidade bem aplicada funciona como um forte atrativo agregando valor à marca.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

PAIVA, Edson. Projeto Experimental de Propaganda, São Paulo, Iglu: 2005.

ROMANO, Regiane Relva. Tecnologia o futuro do seu negócio passa por aqui!, São Paulo: 2009.

REFERÊNCIAS WEBGRÁFICAS

www.vip-systems.com.br/, acesso em 16/11/2010

tecnologia.uol.com.br/ultnot/2009/07/30/ult4213u799.jhtm, acesso em 16/11/2010

tecnologia.uol.com.br/ultnot/2009/07/30/ult4213u798.jhtm, acesso em 16/11/2010

www.bluemark.com.br, acesso em 16/11/2010

www.acceptmidia.com.br/INICIAL.html, acesso em 16/11/2010

www.2call.com.br/bluetooth-marketing/bm2call/como-funciona.php, acesso em 16/11/2010

brazilpromo.cviewer.com.br/fsbp/cviewer/edicao.asp?ed=18|06, acesso em 22/11/2010

<http://www.youtube.com/watch?v=EKkQPq4-aVc>, acesso em 25/11/2010

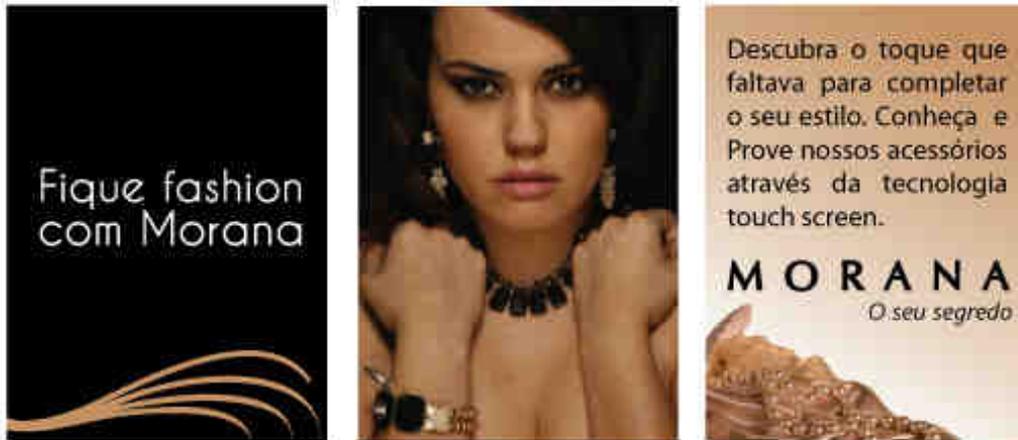
<http://www.youtube.com/watch?v=3xySligMcKI>, acesso em 25/11/2010



ANEXOS

Evento: “Fique fashion com Morana.”

1 - Bluetooth





2 - Stand



3 - Espelho Virtual





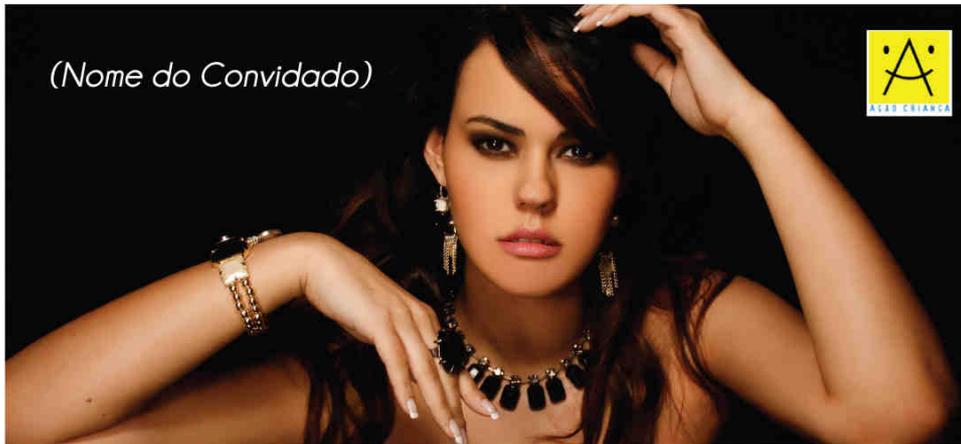
4 - Jogo Interativo





Evento: “Morana em um gesto de amor.”

5 - Convites RFID



6 - Etiqueta RFID





7 - Telão

(Nome do Convidado)



*Agradecemos sua presença.
Esse é um gesto de amor que
fará parte da história de
muitas crianças.*



MORANA
O seu segredo