

DESTAK – O MUNDO AO SEU ENCONTRO¹

Pedro Henrique Rodrigues Neves dos SANTOS²

Fábio Máximo Líberi de MACEDO³

Natália Rodrigues Pereira MAGALHÃES⁴

Mariana MALOSTI⁵

Valéria Akiko FUZIY⁶

Maria Conceição GOLOBOVANTE⁷

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP – São Paulo, SP

RESUMO

Encontrar um álbum de fotografias antigo e relembrar os bons momentos passados, encontrar um velho amigo e matar as saudades, ou mesmo o encontrar um amor para vida inteira. O intuito da campanha **Destak – O Mundo ao seu Encontro** é mostrar quanta positividade existe em cada encontro, estabelecendo uma relação com aqueles que para o Destak são vitais, o encontro do jornal com o leitor, e do leitor com a informação.

PALAVRAS CHAVE: Destak; Encontrar; Notícias; Informação; Cotidiano.

¹Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Publicidade Digital (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social com ênfase em Publicidade e Propaganda, email: p.neves@uol.com.br.

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social com ênfase em Publicidade e Propaganda, email: fabioliberi@hotmail.com.

⁴ Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social com ênfase em Publicidade e Propaganda, email: nrpmagalhaes@yahoo.com.br.

⁵ Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social com ênfase em Publicidade e Propaganda, email: mary_malosti@hotmail.com.

⁶ Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social com ênfase em Publicidade e Propaganda, email: valeriafuziy@gmail.com.

⁷ Orientador do trabalho. Professor do Curso Comunicação Social com ênfase em Publicidade e Propaganda, email: mccgol@pucsp.br.

INTRODUÇÃO

O Destak é um jornal gratuito, de conteúdo leve, bem ilustrado, que vai ao encontro do leitor nos principais cruzamentos das grandes cidades brasileiras, proporcionando uma leitura rápida sem deixar de levar ao público as notícias mais relevantes para o seu cotidiano. Informar, atualizar e ir de encontro ao leitor, são esses os preceitos básicos desenvolvidos para campanha **Destak – O mundo ao seu Encontro**, que tem como base para o conceito criativo os aspectos positivos dos encontros presentes na vida das pessoas.

OBJETIVO

“Peça On-Line (Hotsite – Destak – O mundo ao seu Encontro)”

O site criado para a campanha tem antes de tudo, papel centralizador de todo o conteúdo abordado em outras mídias pela campanha, através desse site pode-se saber como o Destak está trabalhando para valorizar o tempo do leitor, primeiramente através da distribuição que permite ao mesmo se informar sem sair da sua rota diária pelas ruas, e depois pelo conteúdo leve e acessível do jornal. É também função dessa ferramenta de comunicação a apresentação da campanha como um todo e o direcionamento dos usuários do site para o restante das mídias utilizadas, bem como o fortalecimento dos acessos da versão virtual do jornal Destak.

JUSTIFICATIVA

A centralização do conteúdo da campanha é também um reflexo do modo como transcorreu a divulgação do site, *teaser* no anúncio de revista, citação no *spot* radiofônico, *QR-Code* nos pontos de ônibus, em todas as mídias trabalhadas foi imprescindível a divulgação do site, até mesmo pela intenção de gerar convergência

entre as mídias, e também pela notoriedade de que uma vez acessado o site teria poder de levar o usuário ao conhecimento de outras peças que até o então ele desconhecia.

O funcionamento da peça on-line é basicamente uma simulação dos acontecimentos que levam aos encontros vitais para o jornal. Um carrinho é caracterizado no canto da tela representando o leitor em seu percurso diário, esse veículo se move até encontrar o primeiro farol vermelho a sua frente, nesse momento ele para e é exibido um texto que explica para o leitor o que ele vai encontrar dentro do site. Em seguida o carro retoma seu movimento até encontrar o próximo farol vermelho, onde outro texto demonstra o funcionamento da campanha #EncontreinoDestak que está sendo feita paralelamente nas redes sociais. No próximo farol o leitor toma conhecimentos dos aplicativos disponíveis para *smartphones* e *tablets*, que auxilia o mesmo a encontrar com mais facilidade os pontos de entrega do jornal, além de contar com um *feed* de notícias que atualiza o leitor no decorrer do dia. Por fim o carrinho chega ao Grande alfinete do Destak, que marca o ponto de Encontro do jornal com seu leitor, a exemplo da ação que está sendo feita simultaneamente nas ruas de SP.

A simulação vista no site, além de demonstrar o funcionamento da campanha, também se aproveita do processo real de leitura do jornal, que muitas vezes acontece enquanto os leitores estão parados no trânsito ou nos semáforos da cidade.

Além da divulgação gerada pelas mídias utilizadas na campanha, o site também ganha conhecimento público através da campanha #**EncontreinoDestak**, realizada no *Facebook* e *Twitter*. O intuito da campanha é fazer com que o leitor do Destak, através da *hashtag*, mostre aos seus seguidores e amigos como ele se mantém antenado e informado com o jornal, motivando o conhecimento da campanha por aqueles que não foram atingidos pelos meios convencionais, e ainda direcionando novos leitores à edição virtual do jornal Destak.

Pelos motivos citados acima, compreende-se que a peça on-line é de suma importância no plano de comunicação desenvolvido, sabendo que o conceito criativo

gira entorno do “encontro”, é visível que o site é a mídia que melhor proporciona o encontro do público com o conceito e imagem pretendidos.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O site teve sua construção artística elaborada no *Adobe Illustrator*, sua concepção teve início sob a inspiração de uma perspectiva proveniente do mundo dos *Games*, o mapa ao fundo e o radar ao canto da página, bem como o carro representado foram concebidos a partir do mesmo conceito, que apesar de visualmente artístico possui conotação representativa da realidade.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O *Hotsite* da campanha **Destak – O Mundo ao seu Encontro** foi totalmente elaborado e produzido pelos integrantes do grupo, com recursos e materiais próprios, e a intenção de ser peça fundamental no entendimento da mensagem transmitida. Durante seu processo de construção, foram tomados cuidados para que os detalhes como; cores, características gráficas e visualidade, ficassem de acordo com os mesmo atributos, quando observados no próprio jornal, também se aplica essa precaução na composição do conteúdo, tentando ao máximo deixa-lo leve e dinâmico.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho desenvolvido (tanto o site quanto a campanha) foi criado a fim de atender as necessidades de comunicação percebidas em nosso “cliente” o jornal Destak, a proposta do plano de comunicação tem como objetivo explorar o potencial que o jornal, entregue gratuitamente em pontos estratégicos da cidade têm em relação ao seu



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação

XIX Prêmio Expocom 2012 – Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação

público. Enfatizar a questão do encontro serviu como alternativa para diferenciar o Destak de seus concorrentes, utilizando uma característica que não é necessariamente intrínseca ao jornal, e sim um aspecto presente na vida de cada um de nós. Essa proposição de campanha publicitária visou a todo momento atender os objetivos de marketing do Destak.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

O'GUINN, Thomas C.; ALLEN, Chris T.; SEMENIK, Richard J.

Propaganda e Promoção Integrada da Marca. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. **Estratégias Semióticas da Publicidade.** São Paulo: Cengage Learning, 2010.

RAMALHO E OLIVEIRA, Sandra. **Imagem também se lê.** São Paulo: Rosari, 2006