

## **Você Está com Tudo AMORETTO<sup>1</sup>**

Glauber Vilvert da Silva<sup>2</sup>  
Stéffani Gomes PERES  
David José Theiss<sup>3</sup>  
Márcia Regina ANNUSECK<sup>2</sup>  
Deivi Eduardo OLIARI<sup>3</sup>

UNIASSELVI – Centro Universitário Leonardo da Vinci, Indaial, SC

### **RESUMO**

Este trabalho foi desenvolvido em sala de aula, através de uma proposta da disciplina de direção de arte, que tinha como objetivo o desenvolvimento de uma peça que fosse alternativa. Através de alguns brainstorms chegamos ao clímax do que seria a campanha. Algo bem simples, porém que teria uma lembrança bastante significativa por meio de quem ela atingisse. A proposta para a campanha é divulgar a marca Amoretto de uma forma diferente dentro de casas noturnas e restaurantes de conceito, já que o produto é destinado a uma classe tipo A/B. Então colamos em espelhos adesivos de gargantilhas e colares lindos junto com a chamada: Você está com tudo. Só falta Amoretto. Isso em banheiros femininos, nos masculinos teria óculos de sol como acessório. Iria chamar muito a atenção por ser uma mídia diferente e por envolver a pessoa do outro lado do espelho. A marca seria muito lembrada.

**PALAVRAS-CHAVE:** Amoretto; Espelho; Comunicação; Mídia alternativa; Reflexo.

### **1 INTRODUÇÃO**

Através de uma proposta interdisciplinar dos professores das disciplinas de Direção de Arte, ocorrido no 5º semestre de 2011 no curso de Comunicação Social da UNIASSELVI, criamos uma maneira diferente e criativa de divulgar a marca Amoretto.

A produção de mídias alternativas é uma força acentuada na nova configuração de comunicação que vem se constituindo. A mídia alternativa também é caracterizada

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Publicidade e Propaganda, Modalidade: Publicidade em mídia alternativa.

<sup>2</sup> Estudante do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da UNIASSELVI, e-mail: glauber.vs@hotmail.com

<sup>3</sup> Professor do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da UNIASSELVI, e-mail: djtheiss@terra.com.br

<sup>2</sup> Orientadora do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda - UNIASSELVI, email: marcia\_annuseck@yahoo.com.br.

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda - UNIASSELVI, email: prof.deivi@yahoo.com.br.

no âmbito publicitário como um espaço para veiculação de anúncios publicitários em locais inusitados e/ou fora do habitual. Esse tipo de anúncio geralmente interage com o consumidor. E este é o caso da peça a ser apresentada.

## **OBJETIVO**

A peça foi produzida de maneira experimental, com o objetivo de divulgar a marca de maneira sutil, sem ser agressiva e que tenha um ótimo feedback, principalmente em lembrança da marca.

## **JUSTIFICATIVA**

O dia-a-dia das pessoas está cada vez mais atribulado, com pouco tempo para as tarefas que tem a realizar. Nessa correria muitas peças de mídia exterior acabam virando paisagem, não se destacando aos olhos do consumidor que diariamente se depara com tantos impactos. Com uma peça diferenciada conseguimos chamar a atenção do target e sermos notados. Seguindo esta linha criativa, foram criados alguns adesivos de alta qualidade e com formato de colares e gargantilhas para serem colados em banheiros femininos de boates e restaurantes de conceito da região. O mesmo acontece com o público masculino, porém com adesivos diferentes. No caso do banheiro masculino, serão colados óculos de sol. Logo em baixo terá a chamada da campanha: “Você está com tudo. Só falta Amoretto.”

Quando a pessoa for na frente do espelho, sem querer vai acabar “vestindo” alguma peça que está no adesivo. Com certeza irá causar muito interesse e até criar brincadeiras por alguns segundos. A ideia é de que muito valor será atribuído a marca, principalmente a lembrança da marca.

## **MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

O Processo de criação da peça foi baseado em algumas pesquisas relacionadas a mídia alternative e ao comportamento do consumidor. Utilizou-se a editoração gráfica no software Corel Draw e Photoshop. Ambas imagens são meramente ilustrativas.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

A mídia alternativa para a marca Amoretto tem como objetivo atingir o target de maneira criativa e descontraída no momento de visualização da peça. Destaca-se que, além do impacto da mídia, o local para exposição da peça foi pensado estrategicamente (banheiros), podendo ser visualizada por muitas pessoas.



## **CONSIDERAÇÕES**

É muito bom saber que cada vez mais podemos contar com novos formatos de mídia que proporcionam o destaque da mensagem e da marca das empresas. Sempre atentos a essas novidades, buscando sempre criatividade tanto nos meios como nas mensagens. Como propõe Rafael Sampaio em Propaganda de A a Z (1999, p.16): “ É necessário analisar se a ideia ousada é consistente e pertinente ao objetivo definido e público visado. É preciso avaliar se a proposta coerente e objetiva, é suficientemente destacável para ser percebida e apreendida pelo consumidor”. E ainda, Segundo Bertomeu (2002) apud ALENCAR (1995, p.16) [...] CRIATIVIDADE implica emergência de um produto novo, seja uma ideia ou uma invenção original, seja a reelaboração e aperfeiçoamento de produtos e ideias já existentes. Também presente em muitas das definições propostas é o fator relevância, ou seja, não basta que a resposta seja nova; é também necessário que ela seja apropriada a uma dada situação.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z. São Paulo: Campus, 1999.

SANT’ANNA, Armando. Propaganda: Teoria, Técnica e Prática. São Paulo: Pioneira, 2002.