

Você Está com Tudo AMORETTO¹

Glauber Vilvert da Silva²
Stéffani Gomes PERES
David José Theiss³
Márcia Regina ANNUSECK²
Deivi Eduardo OLIARI³

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

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

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

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

² Orientadora do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda - UNIASSELVI, email: marcia_annuseck@yahoo.com.br.

³ 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.