



## **Ofertas Animadas: Bell's<sup>1</sup>**

Jorge Eduardo MANFRINI<sup>2</sup>

Márcio José Ramos Gonzaga JUNIOR<sup>3</sup>

Deivi Eduardo OLIARI<sup>4</sup>

Centro Universitário Leonardo da Vinci, Indaial, UNIASSELVI, SC

### **RESUMO**

Com o avanço das tecnologias a publicidade teve que se adaptar às novas formas de mídia, para oferecer aos anunciantes novos métodos para divulgação dos seus produtos. Assim, a publicidade encontrou na agilidade da Internet um mecanismo adequado para veicular suas mensagens e estimular a demanda de produtos e serviços. Atualmente as opções para anúncio são as mais variadas possíveis, contando até com projetos especiais desenvolvidos especialmente para um determinado anunciante.

**PALAVRAS-CHAVE:** Internet; Comunicação; Propaganda Digital; Ofertas; Animação.

### **INTRODUÇÃO**

O avanço tecnológico e o crescente número de usuário da Internet impulsionaram o desenvolvimento da publicidade digital. As agências de propaganda e as empresas especializadas em desenvolvimento de projetos para *web* se especializam cada vez mais, e com isso surgem novos formatos e projetos para os anunciantes, tornando o que antes era impossível em uma coisa nova e atraente aos olhos do consumidor. Outro fator que contribui e muito para o desenvolvimento da propaganda no meio digital, é que na Internet a mensuração das campanhas veiculadas é mais facilmente controlada do que em outros meios impressos, pois se pode ter um controle dos acessos, cliques e visualizações de um determinado anúncio, o que dá credibilidade do meio com o anunciante.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria Publicidade e Propaganda, Modalidade Publicidade digital/virtual.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da UNIASSELVI, email: jogiman@terra.com.br.

<sup>3</sup> Estudante do 3º. Semestre do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da UNIASSELVI, email: marciogonzagajr@terra.com.br.

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor e Coordenador do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda da UNIASSELVI, email: deivi.professor@uniasselvi.com.br.



A Internet tornou-se um meio muito procurado pelas empresas que querem anunciar seu produto, e o querem fazer para atingir o maior número de pessoas possível, fazendo com que mais pessoas tomem conhecimento da marca e passem a utilizá-la. Uma característica diferenciadora da Internet é a performance, onde são oferecidos uma grande quantidade de pontos de contato entre a marca e o consumidor, e conforme Sanna (2002) “essa diversidade não só aumenta a possibilidade de sucesso de uma campanha como amplia as alternativas para uma marca fugir da saturação e lutar pela atenção de seus consumidores”.

Porém, um fato que deve ser levado em conta na criação para publicidade digital, é a criatividade de fazer algo diferente do que já exista, ou algo diferente que surpreenda o público-alvo consumidor dos produtos de uma empresa de determinado segmento. Se o anúncio não for criativo o bastante para atrair a atenção do consumidor todo o esforço pode ter sido em vão. As agências e as empresas especializadas devem se renovar constantemente para desenvolver estes projetos diferenciados para seus clientes, desenvolvendo anúncios animados, interativos, diferentes, para que o consumidor se sinta atraído e clique para ver, gerando o resultado esperado pelo anunciante.

## **2 OBJETIVO**

Este trabalho foi feito durante as aulas de Criação Publicitária com o intuito de divulgar a empresa para o mercado regional. A idéia de fazer um anúncio com ofertas da empresa de uma maneira diferenciada, com animação, surgiu para atrair a atenção dos consumidores e difundir a marca em suas mentes.

A Bell's está instalada em uma cidade de grandes empresas e indústrias que distribuem seus produtos e serviços nacionalmente e até internacionalmente, e que apesar de todo reconhecimento, são pouco conhecidas na cidade em que estão instaladas.

## **3 JUSTIFICATIVA**



Escolhemos a Bell's Relógios, por ser uma empresa que produz e distribui seus produtos em todo o mercado nacional, porém não é tão conhecida em sua cidade-sede. A empresa é responsável pela produção dos materiais que revende para todo território nacional, sendo que possui uma filial no estado de Minas Gerais, que está instalada no pólo industrial do vale da eletrônica, onde são fabricados itens como calculadoras e relógios que antes eram importados.

A publicidade digital é uma grande aliada na divulgação da empresa, que trabalha com uma variada linha de produtos. Como a Internet evoluiu muito, são desenvolvidos projetos diferenciados e atraentes para os anunciantes. E para que a empresa se diferencie dos concorrentes existem diversos recursos que são utilizados pelas agências de propaganda e pelas empresas especializadas em desenvolvimento de *web*, como a animação, utilizada no anúncio em questão, desenvolvida através de programas de editoração.

Washington Olivetto (2007) declarou em depoimento a revista Propaganda que:

“A grande missão da comunicação em geral e da publicidade em particular, nos dias de hoje, é a revalorização da grande idéia. Todos querem saber qual mídia deve ser utilizada, mas poucos se preocupam com a idéia que vai aparecer nessa mídia. Discute-se muito a forma, mas esquece-se que o fundamental continuará sendo o conteúdo. [...] Por isso, precisamos valorizar a única coisa fundamental, atemporal e insuperável: a grande idéia. É ela que deve ser sempre o ponto de partida do nosso negócio, porque somente com uma grande idéia nas mãos é que podemos optar pelas possibilidades de veiculação mais adequadas para a solução de cada problema”.

#### 4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A arte foi desenvolvida com o auxílio dos programas de editoração e de desenvolvimento de *web*. O objetivo do anúncio é atingir o público-alvo regional, através da Internet que é uma ferramenta que evoluiu muito, e que os consumidores têm acessado e utilizado com bastante frequência.

Para Williams (1995), existem quatro princípios básicos na diagramação de um anúncio, que são:

**Contraste:** o objetivo do contraste é evitar elementos meramente similares em uma página. [...] O contraste costuma ser a mais importante atração visual de uma página. **Repetição:** repita elementos visuais do design e espalhe-os pelo material. Você pode repetir a cor, a forma, a textura [...] os tamanhos [...] **Alinhamento:** nada deve ser colocado arbitrariamente em uma página. Cada elemento deve ter



uma ligação visual com outro elemento da página. Isso cria uma aparência limpa, sofisticada e suave. **Proximidade:** itens relacionados entre si deveriam ser agrupados [...] Isso ajuda a organizar as informações e reduz a desordem.

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Foram escolhidos três produtos para integrar o anúncio, produtos estes que são comercializados pela empresa e fazem parte de uma linha de produtos destinados a pessoas que desejam presentear algum conhecido. Optou-se por divulgar dois modelos de relógios, e um modelo de uma caneta de metal, todos da linha de produtos para presente.

As cores utilizadas no anúncio são vibrantes e chamam a atenção do consumidor, sendo que a mistura das várias cores caracteriza o estilo animado das ofertas, e que deu origem ao nome “Ofertas Animadas”. As animações, realizadas através de um dos programas de editoração, contribuíram para deixar o anúncio mais irreverente.

A decisão de fazer a divulgação do produto através de publicidade digital veio das possibilidades que esta ferramenta oferece para criar uma imagem forte do produto e da marca, atingindo o objetivo principal da comunicação.

## 6 CONSIDERAÇÕES

As opções para divulgação de uma marca, produto ou serviço, na Internet crescem a cada dia que passa. Atualmente um anunciante conta com diversos modelos, tamanhos, formatos de anúncio, podendo ainda ser desenvolvido projetos especiais, e ações diferenciadas com sites, anúncios e outros modelos de mídias interativas.

Os recursos para o desenvolvimento desse tipo de anúncio também estão bem desenvolvidos, podendo, hoje, ser realizado o que há alguns anos não tinha como ser idealizado. Programas dos mais variados tipos surgiram com o desenvolvimento da tecnologia; programas de editoração cada vez com mais ferramentas e programas de desenvolvimento para *web* que fazem verdadeiros milagres para as agências e anunciantes.

Como desenvolvimento deste anúncio diferenciado, animado, buscou-se divulgar a marca e seus produtos no mercado regional, fazendo com que o consumidor tenha conhecimento dos produtos e que a empresa é da região e também comercializa seus produtos por aqui.

Este artigo foi de grande valia, pois deu-nos a base para identificarmos como funcionam os processos básicos da elaboração de anúncios para publicidade digital/virtual, e para realmente colocarmos em prática o aprendizado adquirido na academia. Esperamos que como nos auxiliou no conhecimento destas ferramentas, o artigo seja útil para outras pesquisas científicas nesta área de estudo.

The image shows a screenshot of the TPA website. At the top, there's a navigation bar with the TPA logo and social media icons. Below that is a large banner for 'Bell's Ofertas Animadas' featuring three watches with their prices: 'Relógio de Metal Bell's Silver Red' for R\$ 38,40, 'Caneta de Metal Silver Black' for R\$ 19,30, and 'Relógio de Metal Bell's Silver Qua' for R\$ 23,60. The website has a search bar, a clock showing 10:11, and a sidebar with various utility links like 'Serviços', 'Canais', and 'Utilidades'. On the right side, there's a 'VENDE-SE CASA NOVA' advertisement and a list of products like 'Amoretto Binóculos' and 'Sul Piscinas'. The footer contains copyright information and contact details.

Figura 1 – Ofertas animadas.  
URL: <http://www.datamais.com.br/expocom/>



## REFERÊNCIAS

DAMASCENO, Anielle. **Webdesign: teoria e prática**. Florianópolis: Visual Books, 2003.

TAVARES, Mirela. Por onde anda a criatividade brasileira? **Revista Propaganda**, São Paulo, ano 52, número 678, p. 34-37, set. 2007.

WILLIAMS, Robin. **Design para quem não é design: noções básicas de planejamento visual**. São Paulo: Callis, 1995.

Cresce a adesão a publicidade online. Disponível em: <http://revista.vericia.com>. Acessado em: 08 out. 2008.”

SANNA, Paulo. Internet e MD: enfim, juntos ou quase. **Portal da propaganda.2002**. Disponível em: [http://www.portaldapropaganda.com/marketing/mkt\\_direto/2002/09/0002](http://www.portaldapropaganda.com/marketing/mkt_direto/2002/09/0002). Acesso em 08 out. 2008.