



Suportes publicitários: o céu é o limite!

Anúncios em moscas, ovos, parques de estacionamento ou corpo humano são alguns dos suportes alternativos que as marcas têm utilizado para conseguir atrair potenciais consumidores

SARA RIBEIRO
sara.ribeiro@sol.pt

CAFÉS, parques de estacionamento, estações de metro ou aviões podem ser espaços ideais para fazer publicidade. Hoje em dia, vale tudo para as marcas terem visibilidade. Uma das últimas tendências é apresentar publicidade em suportes relacionados com as acções do dia-a-dia dos consumidores. Desde o momento que vai para o trabalho até chegar a casa, de certeza que já foi 'atacado' por publicidade nos sítios mais inesperados.

Em Portugal, apesar de «ainda termos algum grau de conservadorismo», já começamos a assistir a algumas inovações nos suportes de comunicação, explica Carlos Coelho, especialista em marcas. O último passo foi dado pela Excalibur. A em-

presa criou um novo *standard* mundial de publicidade em parques de estacionamento.

A criação de valor resulta «da forte indução de consumo que o impacto da plataforma cria, através da experiência de vivência da marca. O ambiente passa a ser atractivo e familiar, ao contrário da publicidade convencional. Durante um minuto – o tempo de estacionar – estamos ligados a uma marca. E, no caso dos parques dos *shoppings*, as pessoas confiam o carro à marca durante duas a três horas», explica João Castro Barbosa CEO da empresa.

As caixas de piza e de pipocas também aparecem como alternativas aos meios tradicionais. Representam momentos de maior descontração e, assim, a aceitação da proposta oferecida

na caixa e a marca são de mais fácil assimilação.

Num panorama onde «a existência excessiva de publicidade parece sobrecarregar a paciência do consumidor, a criatividade e inovação são os maiores aliados das marcas», sublinha Carlos Coelho.

Voos mais altos

Lá fora, o céu é mesmo o limite para a criatividade. Nem as moscas escapam a esta nova tendência. A Feira do Livro de Frankfurt foi o palco de apresentação do *flyvertising*. A ideia consiste em colocar anúncios em moscas para atrair visitantes ao *stand* da nova editora Eichborn. Como? Através da colocação de pequenos *banners*, que continham o *site* da editora, atados a 200 moscas.

TENDÊNCIAS

Parques de estacionamento são a última 'moda' de suportes originais em Portugal. As caixas de pizas e de pipocas estão em segundo lugar

Alguns países já começaram a usar também as mesas de refeição dos aviões como instrumento publicitário. Ao baixarem as mesas, os passageiros podem ficar a par de toda a informação sobre novos produtos.

Mas o mundo subterrâneo também não escapa a esta onda. Várias empresas já aderiram ao

tatoomarketing, que consiste em escrever e desenhar no corpo humano logotipos, *sites* e todos os géneros de mensagens publicitárias. Normalmente, estes suportes humanos 'passeiam' em lugares onde há maior circulação de potenciais consumidores, como escadas do Metro.

Fresco e original

Outro dos suportes onde é pouco usual fazer publicidade e que tem ganho muitos adeptos é as caixas de ovos, técnica conhecida por *eggvertising*. O que começou por ser uma ideia para assegurar a frescura e qualidade deste produto – com a inscrição do prazo de validade na casca ou nas próprias embalagens – abriu portas a uma nova e original forma de comunicação das marcas.