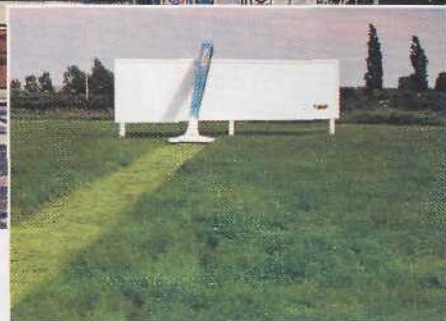


(PUBLICIDADE)

Tridimensionais, interativas e intrigantes

**UMA NOVA GERAÇÃO
DE CAMPANHAS
PUBLICITÁRIAS ESTÁ
NAS RUAS**

LEGO
play on



Outdoor para lâmina de barbear da Bic integra anúncio à paisagem

Ilusão de ótica: pôster no centro do prédio dá a impressão de que ele é construído com peças Lego





PERGUNTE

a qualquer um sobre criatividade em propaganda e você ouvirá falar sobre vídeos de internautas e marketing viral. Mas, em tempos tecnológicos, velhas mídias estão renascendo das cinzas, entre elas, o outdoor. Nos Estados Unidos, essa mídia envolveu verbas publicitárias de US\$ 7 bilhões em

Sacola divulga produto que promete acabar com o hábito de roer as unhas

2006 (R\$ 14 bilhões) e deve crescer 8% este ano. Além do outdoor, sacolas de compras, máquinas de café, guarda-chuvas e até bocas-de-lobo têm sido usadas para propagandar algum produto.

A idéia é dar movimento, tridimensionalidade e, em alguns casos, interatividade às campanhas publicitárias. Muitas delas são inspiradas em instalações de arte e exigem que a pessoa olhe com mais atenção, faça alguma reflexão. Isso se traduz por maiores chances de o consumidor se recordar da marca anunciada. "Se você desenvolver algo inteligente, os consumidores ficam com uma boa impressão de sua marca", declara Kevin Keller, professor da Universidade de Dartmouth, nos Estados Unidos.

Várias ações têm custo relativamente baixo, o que é bom para as pequenas empresas. "Agora, os anunciantes pequenos têm mais chances do que nunca de fazer barulho", afirma Chuck Porter, da agência Crispin Porter + Bogusky, de Miami, nos Estados Unidos. Isso, claro, se a sua empresa não for da cidade de São Paulo, onde a prefeitura baixou a lei da Cidade Limpa, que restringe praticamente todas as formas de publicidade, de outdoors e campanhas em ônibus a laterais de prédios.

Copyright 2007 Inc. Distribuída por Tribune Media Services Internacionais

Espelho na rua permite que uma pessoa "prove" as roupas da nova coleção de uma confecção japonesa. Basta encaixar o corpo diante da imagem de saias e casacos



A bailarina rodopia em portas rolantes para anunciar uma escola de dança

Marca de café americana usou bocas-de-lobo e espalhou xícaras fumegantes da bebida pelas ruas de Nova York



Site de namoro da Nova Zelândia usa dupla de ônibus para passar a mensagem "encontre seu par perfeito"



Na Alemanha, site de empregos usa máquinas de café e de saque eletrônico para dar seu recado: "A vida é muito curta para o trabalho errado"



Salão do Canadá faz de seus clientes um outdoor ambulante: dá guarda-chuvas transparentes com os dizeres "cabelo que você quer mostrar"