



12º Simpósio de Ensino de Graduação

CAMPANHA PUBLICITÁRIA REXONA LIVRE PARA DANÇAR

Autor(es)

RODOLFO CICHITO
JULIA MALAGUETTA
LIVIA CRISTINA SORRILA
FERNANDA BENITHE WILLARTE
FERNANDA DAVANZO LACERDA
BEATRIZ ALVES DA SILVA

Orientador(es)

IVONÉSIO LEITE DE SOUZA

Resumo Simplificado

Este artigo visa apresentar a defesa criativa do conceito e produção de uma campanha publicitária laboratorial. A partir do desafio proposto em sala de aula, foram criadas peças publicitárias, atividades de promoção de venda e uma ação de guerrilha para a marca Rexona, abrangendo todos os produtos de uma forma geral, numa linha conceitual “Livre Para Dançar”, que alia as mais variadas situações do dia a dia com a confiança do consumidor em relação à marca e a si mesmo. Trata-se de um trabalho interdisciplinar nas disciplinas “Linguagem Audiovisual” do professor Ricardo Santana e “Direção de Arte” do professor Ivonésio Leite de Souza. A campanha publicitária é composta por elementos que influenciam o surgimento de desejos, carrega em seu contexto a persuasão e o poder de representar através das peças criadas um sentimento, um sentido capaz de propor a compreensão da mensagem emitida. Esta campanha representada por anúncios e um filme publicitário traz em seu conceito implícito um link entre os produtos e a marca Rexona e o dia-a-dia de seus consumidores. Foi trabalhado o mesmo conceito de formas diferenciadas em peças gráficas e no filme publicitário. A marca do produto Rexona, foi lançada no Brasil em 1969, e atualmente lidera o mercado brasileiro de desodorantes do fabricante multinacional Unilever. Itens novos são lançados todo o tempo, com o objetivo de deixar a vida de todos que gostam da marca sempre cheia de novidades e fidelidade na hora da compra. Compreendendo este processo, a campanha conectou a ideia da grande diversidade de produtos (masculinos, femininos e jovens) para atingir o público mostrando confiança quando os utilizarem, mesmo sem mostrar os produtos em si. A campanha publicitária apresentada neste artigo tem como objetivo posicionar a marca Rexona na mente do consumidor, como produtos que podem ser utilizados em qualquer ocasião de forma confiável e sem preocupações. O principal foco das estratégias demonstradas nas peças é apresentar desodorantes que estarão sempre com você e nunca “te deixará na mão”. O conceito dessa campanha (Livre Para Dançar) está relacionado a produtos utilizados em qualquer hora do seu dia, e de extrema necessidade num país como o nosso, de características tropicais. Seguindo o tema e considerando que a marca tem públicos variados, os anúncios são compostos por diversos modelos representando músicas dançantes que marcaram gerações. Inicialmente foi preciso analisar nove “hits” importantes em suas épocas e assim desenvolver a produção e direcionar os modelos. Além das nove peças e do vídeo, foram produzidos também dois Making Of's, mostrando um pouco do processo de produção da campanha e incluindo cenas não utilizadas na edição final, dando continuidade ao conceito oficial. Conceber esta campanha em meio a tantas informações e concorrências da atualidade, não é tarefa fácil. Aliar tudo isto a uma única “imagem” impactante que atinge o objetivo proposto e passa exatamente a ideia criada para todos os consumidores foi o maior aprendizado obtido a partir desta experiência.