

Atualizado em 04/02/10 - 15h17

Propaganda no celular prioriza serviço e avisa até hora de usar protetor solar

Em publicidade, campanhas apostam em utilidades para os usuários. Exploram proveita características do celular, como geolocalização.

À medida que a utilização da internet no celular cresce, a publicidade também se torna mais "grudada" na mão dos brasileiros, e as propagandas já começam a invadir a tela desses dispositivos. Com a popularização de smartphones e do iPhone, que facilitam o uso da internet no celular, os anunciantes envolvem um número cada vez maior de campanhas que usam características específicas do telefone móvel.

Essas campanhas são focadas no serviço, já que, segundo os publicitários, se a publicidade não for útil, o consumidor não vai clicar no botãozinho criado pela marca.



Exemplos de propagandas para celular das marcas Nivea Sun (1), Seda (2), e do Brasil (4) (Editoria de Arte/G1)

Para atrair o público, as empresas criam programinhas próprios que podem ser baixados no celular e fazem de tudo, até alertar sobre quando o usuário deve passar protetor solar ou avisar sobre uma promoção específica só para quem está no estádio na hora de um jogo de futebol.

O publicitário Leo Xavier, diretor-geral da agência Pontomobi, dá o exemplo do programa para iPhone criado pela agência para a marca de protetores solares Nivea Sun. "O aplicativo te localiza e dá informações sobre a temperatura no local. Você coloca sua idade e tipo de pele, e o programa diz qual produto usar, além de te lembrar de reaplicar o protetor de tempos em tempos", explica ele.

Outras campanhas também usam o fato de o celular "saber" onde o usuário está. "Nós fizemos uma promoção para usuários que estavam em um jogo do Flamengo x São Paulo no Maracanã; eles recebiam uma mensagem dizendo que a camisa do time por um preço especial", conta Marcelo Castelo, sócio da agência F.biz.

A F.biz buscava informar mulheres entre 25 e 45 que moravam perto de supermercados sobre uma promoção de promoção. Nesse caso, diz Castelo, a empresa obteve da operadora de celular os dados de endereço e perfil das usuárias e haviam concordado em receber esse tipo de mensagem, e mandou os SMS.

Essas campanhas, como o da Nivea, chamados de aplicativos, são uma das tendências da publicidade no celular, já que são aquelas que quem tem iPhone ou smartphones.

Outros programas que os usuários baixam e que geralmente têm um propósito bem específico. Alguns exemplos são aplicativos que dão acesso a redes sociais, como o microblog Twitter ou o Facebook, ou ferramentas para acessar dados da

