

“Triumph of the Shill”

PRO 3330- Engenharia e Sociedade
“The Corporation”

Grupo K

Júlia Freixedelo 9832280

Yan Ichihara 9836325

Lucas Vasques 10771409

Luísa Mendes Heise 10705784

Caio Neri 9350501

Marcelo Kentaro 10297306

Propaganda indireta

- As pessoas são induzidas a comprar algo a partir de uma rotina do seu ciclo de convivência
- As marcas estão espalhadas de forma estratégica para que sejam reconhecidas e virem referências mesmo sem anúncio direto
- Uso de metonímias como referência a marcas. Por exemplo: Bombril para palhas de aço ou Cotonete para hastes de algodão



Merchandising no cotidiano

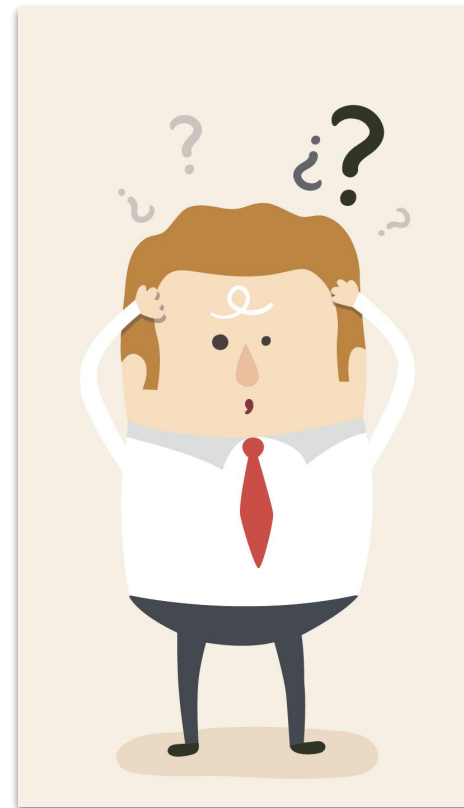
- Analogia de um filme com merchandising, mas no caso nossas vidas são o filme
- Receber diversas mensagens sobre uma mesma marca ou produto ao longo do dia
- Atualmente: Disseminação da ideia sendo construída por pessoa influentes; ajuda da internet; “blogueirinhas”; “youtubers”
- “Isclas de marca”



O que fazer?

-Como reagir a esse “assédio” comercial?

-”Se algo lhe for útil: sorria e agradeça”



Obrigado!



Grupo K

Júlia Freixedelo 9832280

Yan Ichihara 9836325

Lucas Vasques 10771409

Luísa Mendes Heise 10705784

Caio Neri 9350501

Marcelo Kentaro 10297306