

## 8º FÓRUM DE EXTENSÃO E CULTURA DA UEM

### ESTRATÉGIAS DE PROPAGANDA E MARKETING: A PRODUÇÃO VISUAL DA MARIA MARACUJÁ

Anne Caroline Fernandes<sup>1</sup>

Fernanda Manfrinato<sup>2</sup>

Na sociedade e cultura contemporâneas, a publicidade cumpre um papel fundamental. No mundo globalizado, a internet vem desempenhando um papel destacado na comercialização e venda de produtos. Neste trabalho apresentamos as estratégias de propaganda e marketing utilizadas na internet a fim de estabelecer um diálogo com os consumidores, desenvolver a divulgação da marca e realizar as vendas dos produtos da Maria Maracujá, nome fantasia dado para as mulheres que participam do projeto Mulheres entre panos e sementes: produção de roupas e acessórios para o mundo da moda. Este por sua vez é desenvolvido com os segmentos femininos através de vínculos com os pequenos e médios produtores rurais, da cidade de Corumbataí do Sul (PR). Considerando que referido projeto está orientado na sustentabilidade na moda, mediante o aproveitamento de materiais residuais da indústria têxtil e da produção rural ( sacos de estopa ), por meio de imagens fotográficas abordaremos os seguintes tópicos: 1) como foi realizado o trabalho de comunicação visual na internet e de que forma os conceitos de sustentabilidade aparecem nas imagens selecionadas?; 2) o que os sites e blogs ensinam sobre moda sustentável e como esta noção participa da comunicação visual para criar uma identidade para os produtos e acionar as vendas?; 3) Qual é a imagem que o consumidor possui da marca ao adquirir um produto sustentável? Importa destacar que uma das premissas do projeto Maria Maracujá é a geração de rendas para as participantes. Por intermédio dessa apresentação pretendemos mostrar as contribuições que a publicidade pode realizar na venda de produtos, na criação de uma identidade para os produtos e na veiculação de valores da sustentabilidade na comunicação publicitária. Trataremos, portanto, de pensar as interfaces da publicidade com a cultura e os diálogos estabelecidos pela comunicação visual.

**Palavras-chave:** Propaganda, Maria Maracujá, comunicação visual

**Temática:** Cultura

**Coordenadora do projeto:** Ivana Guilherme Simili ( DFE- UEM).

---

<sup>1</sup> Graduanda em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário de Maringá

<sup>2</sup> Graduanda em Design de Moda pelo Centro Universitário de Maringá