

Publicidade pros Crias.

meus resumos das aulas ministradas por Grey e Miami AD School no projeto Cria da Quebrada.

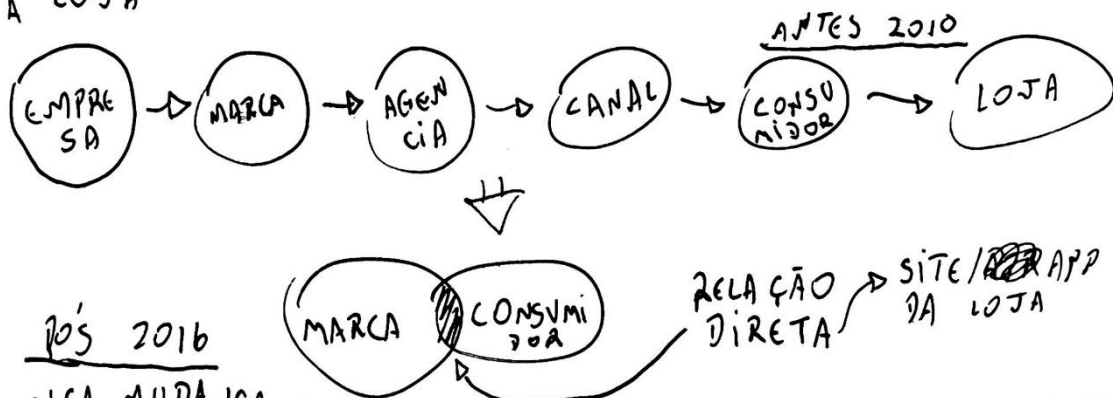
- NUNCA É TARDE PARA COMEÇAR
- CRIATIVIDADE É UM ESTADO CONSTANTE, PODENDO SER DESENVOLVIDO AO LONGO DOS ANOS E ~~PERFEICIONADO~~ PERFEICIONADO.
- A CÂMERA FOI DE UM INSTRUMENTO DE REGISTRO PARA UM INSTRUMENTO DE COMUNICAÇÃO

SEMPRE APRENDA E SE ADAPTE

• HOJE A PUBLICIDADE É COMPLEXA E EXISTE DE DIFERENTES FORMAS EM DIFERENTES LUGARES

↳ CADA PLATAFORMA TEM UMA REGRA

• ANTES A ECONOMIA DE MARCA ERA INDIRETA, HOJE TEMOS CONTATO DIRETO COM A EMPRESA SEM NECESSARIAMENTE IR A LOJA



ESSA MUDANÇA GEROU UM ECOSISTEMA DE COMUNICAÇÃO GRANDE, COM ALGOS RÍTMOS E GRANULAR.

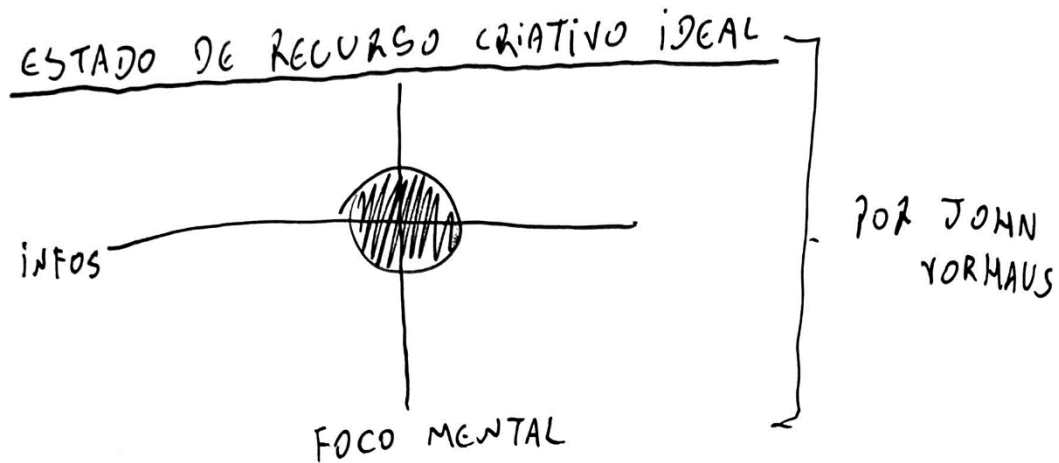
- ANÚNCIOS NÃO VÃO PARA TODOS
- O "NOVO MERCADO" É DE 2016, O QUE DEMANDA UMA QUANTIDADE DE NOVOS CRIATIVOS



NÃO DESISTIR DE BOAS IDEIAS
AINDA QUE ELAS PAREÇAM IMPOSSÍVEIS.
CONFIE NO SEU TRABALHO

ACIMA DE TUDO, CRIAR É UMA FUNÇÃO FISIOLÓGICA

- RESPEITE O PROCESSO DE CRIAÇÃO
- PRESERVE O CORPO E A MENTE



- INFORMAÇÃO BALANÇADA, SEM MAIS OU MENOS
- MANTENHA SEU FOCO MENTAL NO AGORA, SEM ANSIEDADE

METADE DA PUBLICIDADE VAI PRO LIXO

- PRODUZA PARA TOCAR ALGUÉM, FAZÊ-LO SER NOTADO
- NÃO CRIE NADA IGNORENTE
- SUA PRODUÇÃO PRECISA FUNCIONAR NA PRÁTICA

REDATOR PUBLICITÁRIO ORGANIZA E DOCUMENTA AS IDEIAS, VISANDO VENDER SEU PRODUTO E PERSUADIR. O DIRECTOR DE ARTE FAZ BASICAMENTE A MESMA COISA, MAS COM ALGUMAS IMAGENS.

CONCATENAR EM PALAVRAS, VERBALIZAR → REDATOR

CONCATENAR EM IMAGENS, ALGO VISUAL → DIRECTOR DE ARTE

- O TÍTULO DE UMA PROPAGANDA É O AGENTE/OBJETO CONVENCEDOR. PODE SER UMA FRASE, UM RACIOCÍNIO, UM JOGO DE PALAVRAS ETC. DEVE SER CHAMATIVO E CRIATIVO.
- CALL TO ACTION É O CHAMADO PARA A AÇÃO. QUANDO O CLIENTE JÁ SE CONVENCEU, O CALL TO ACTION É UM "CARTÃO DE CONVITE", UM ACESSO, COMO LINKS ETC.
- TAGLINE É A DEFINIÇÃO DA MARCA, COMO O "AMO MUITO TUDO ISSO", "TODO MUNDO USA", "VIVA O NOVO" ETC.

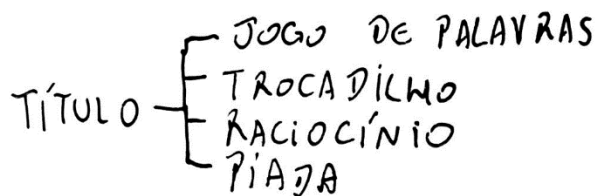
• TEXTO CABINE É A DIVULGAÇÃO/VENDA RÁPIDA QUE VISA FISGAR O CLIENTE EM SEGUNDOS OU MINUTOS. COMO VENDEDORES DE PRAIA, ANUNCIANTES DE VAREJO ETC. É A ARGUMENTAÇÃO SINTETIZADA E CRIATIVA.

• SPOT É O COMERCIAL EM ÁUDIO PARA RÁDIO/PODCAST.

• ROTEIRO É A DOCUMENTAÇÃO CRONOLÓGICA DOS EVENTOS DE ALGUMA CRIAÇÃO, COMO FILMES, SÉRIES ETC.

• BOARD É UM CASE ESTATICO, COM IMAGENS MOSTRANDO A IDEIA.

• IDEIAS VISUAIS SÃO IDEIAS QUE SE BASEIAM MAIS EM IMAGENS DO QUE EM PALAVRAS.



↓ SE LIGA NO FORMATO, NO CONTEÚDO E NA FORMA

↓ TENHA UM PLUS DE CRIATIVIDADE

FORMATO → MEDIA DISPLAY



O CONTEÚDO PRECISA SER PERTINENTE

• ENTRETENEDOR

• ENGATAR

• CELEBRAR UMA COMUNIDADE ESPECÍFICA

• GERAR EMPATIA

• CONSCIENTIZAR

• INSPIRAR



COMBINE ISSO COM O FORMATO E A DISTRIBUIÇÃO DE SEU PRODUTO. ACIMA DE TUDO, DOMINE O ASSUNTO E CONHEÇA O PÚBLICO ALVO (FOCO EM UX).

FORMA: NÃO ENTENDA O CLIENTE, SEJA.
PENSE COMO CRIADOR, ENTENDA O PÚBLICO DA PLATAFORMA,
SEU FOCO, GOSTOS, IDADES ETC.

FORMAS LEGAIS DE INTERAÇÃO DIRETA COM O PÚBLICO

└ PROMOVER REFLEXÃO
└ DAR ALGUMA COISA (DESCONTO, SERVIÇO, CUPOM)

KONO PALESTRA

A DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDO É DEMOCRÁTICA (DE GRÁTIS, ACESSÍVEL E FINANCIADA POR ANUNCIANTES), MAS SEU DESTAQUE É LIMITADO. ~~A QUEM~~

- ELES DÃO BRIEFINGS COM AGENDAS, SOBRETUDO PAUTAS SOCIAIS COMO REPRESENTATIVIDADE (MULHERES, NEGROS, LGTBs) PARA IMPULSIONAR "GRATUITAMENTE" SEU CONTEÚDO, SE NÃO SEGUIR, VOCÊ CONTRA MÍDIAS/ESPAÇO

- OS CONTEÚDOS MIGRANTES NO BRASIL VÊM MAIS PARA O SUDESTE/SUL PORQUE AQUI TEM UM MERCADO DE CONSUMO MAIOR, MAIS DEMANDA. ACONTECE ALGO SEMELHANTE COM A "IMPORTAÇÃO" DE CANTORES LATINOS CANTANDO EM ESPANHOL EM PAÍSES E PARA PÚBLICOS EM INGLÊS (AMERICANOS)

- AGENDA DE 2022: ESG

SOBRE A SÉRIE FONK.DOC (HBO)

→ CONTEÚDOS PRECISAM DE DESTAQUE/IMPULSO, SENÃO FICAM PERDIDOS E NÃO SÃO CONSUMIDOS. GANHAR ATENÇÃO É MUITO IMPORTANTE.

→ ENTENDA O ALGORITMO E SIGA A AGENDA PARA QUE SEU CONTEÚDO SEJA IMPULSIONADO.

- QUASE TODOS OS PRODUTORES EXECUTIVOS SABEM LER O MOVIE MAGIC PARA PRESTAÇÃO DE CONTAS E ORÇAMENTO.

- GENTE DA FAVELA NÃO CONSEGUE ENTRAR NO AUDIOVISUAL POR CAUSA DO INVESTIMENTO. É NECESSÁRIO UM DINHEIRO ANTERIOR AO GANHO, O QUE É COMPLICADO.

- EXISTEM PRODUTORAS QUE EMPRESTAM ESSE

DINHEIRO (DE INVESTIMENTO) PARA QUE SEJA DEVOLVIDO COM JUROS DEPOIS QUE VOCÊ LUCRA.

• HOJE O AUDIOVISUAL VENDE SEUS DIREITOS, MAS NÃO SÃO "DONOS". COM A REGULAMENTAÇÃO DA MÍDIA, TALVEZ ESSA POSSA RETORNE AOS SEUS DETENTORES.

DICAS SÉRIE NETFLIX SOBRE CRIAÇÃO:

→ EXPLICANDO

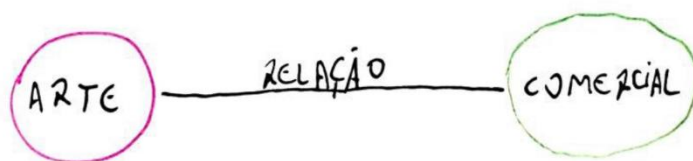
→ COMO A MENTE CRIA

• ALGUNS INFLUENCERS FICAM TÃO FAMOSOS QUE NÃO TÊM MAIS TEMPO PARA CRIAR, AGORA SOMENTE COPIANDO CONTEÚDO DE CRIADORES MENORES.

• INFLUENCERS DE DANÇA COSTUMAM COPIAR CRIADORES MENORES, SOBRETUDO DE GRUPOS MARGINALIZADOS QUE NÃO TÊM DESTAQUE PELO ALGORITMO (COMO PESSOAS NEGRAS, POR EXEMPLO).



DENTRO DO UNIVERSO DA CRIAÇÃO EXISTEM DOIS COMPONENTES PRIMORDIAIS:



NÃO TEM NADA DE ERRADO EM LUCRAR, MAS NÃO SE ESQUEÇA DE SUA ÉTICA. VOCÊ, ENQUANTO CRIA DE QUEBRADA, NÃO PODE SE ESQUECER DAS ORIGENS, DA HUMILDADE E DA SUA HUMANIDADE. NÃO SEJA UMA PUTA ATRÁS DE DINHEIRO, RESPEITE SEUS IGUAIS E SEU TRABALHO.

FORTELEÇA A ARTE, NÃO ESQUEÇA DO CRIATIVO, PROCURE TRABALHAR COM PESSOAS HUMANAS E EXERÇA O SOCIAL.

DICAS:

- 1- CONHEÇA QUEM ESTÁ FALANDO COM VOCÊ, PERSONIFIQUE O CLIENTE
- 2- PESSOAS NÃO SÃO NÚMEROS OU DEFINIÇÕES. SEJA HUMANO
- 3- ESTUDE E APRENDA TUDO SOBRE O QUE VOCÊ VENDE. SEJA O MAIOR ESPECIALISTA NELE, OU TENHA O SEU SEU.

4- VENDEMOS SONHOS E DESEJOS. A PROPAGANDA É A ARGUMENTAÇÃO EMBRULHADA PARA PRESENTE. VENDEMOS IDEIAS, PRODUTOS, SONHOS E MAIS.

5- A ABORDAGEM ENVOLVENTE É MUITO BOA. NÃO SEJA MUITO DIRETO, NÃO SEJA EXIBIDO, MAS SAIBA VENDER E ENVOLVER.

6- MOSTRE SEU DIFERENCIAL SEM SER ARROGANTE

7- RESPEITE A INTELIGÊNCIA DO CLIENTE

8- SEJA CURTO, DIRETO, OBJETIVO, SINTETIZE AO MÁXIMO. CONSIGA EXPLICAR/VENDER SUA IDEIA EM UMA LINHA.

9- CONHEÇA TENDÊNCIAS, SE INSPIRE NO MUNDO, FIQUE LIGADO O TEMPO TODO. INTERAJA COM O PÚBLICO COM BASE NO AGORA.

10- QUEM TEM ESTILO É A MARCA/CLIENTE, NÃO O PUBLICITÁRIO. DOMINE DIFERENTES ESTILOS PARA TRABALHAR COM VÁRIOS CLIENTES

11- APESAR DISSO, COLOQUE SUA MARCA EM SEU TRABALHO. A SUA VISÃO E ALMA DEVEM REFLETIR NO MATERIAL CRIADO.

12- TENHA REFERÊNCIAS, MAS INOVE. NÃO COPIE. QUEM PESCA NO MESMO LAGO, PEGA SEMPRE OS MESMOS PEIXES. NÃO SE LIMITE ÀS TENDÊNCIAS, VÁ SEMPRE NO UNDERGROUND E NUNCA PARE DE BUSCAR INSPIRAÇÕES.

13- CONHEÇA OS ÍCONES QUE VIERAM ANTES E ESTUDE SUA OBRA

14- RESPEITE O SEU INSTINTO, EXPLIQUE E VENDA SUAS IDEIAS. SE VOCÊ ACREDITA EM ALGO, INSISTA NESTA IDEIA, VENDA-A.

15- FAÇA SEMPRE, FAÇA MAIS. APERFEIÇOE, PRATIQUE E TREINE.