



VERSÃO

PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Lorem ipsum
consectetur
elusmodi
et dolore
suspendis
commo
accum



UNINASSAU



MAS QUE REVISTA É ESSA?

É com grande prazer que apresentamos a você, pessoa curiosa que quer entrar no mundo acadêmico, a revista que vai te ajudar a descobrir que curso é o que mais parece contigo.

ESSA É A 1ª EDIÇÃO!



Iremos trazer depoimentos de alunos veteranos, professores, e toda a comunidade acadêmica. Além disso, teremos a presença de pessoas que já estão no mercado e também falaremos de empresas com cases* de sucesso.

E DO QUE FALAREMOS NESTA?

Como pôde ser visto na capa, rs, esta edição é voltada para o curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, da Uninassau Fortaleza.

Ah! E os próprios alunos são responsáveis pelo design e conteúdo também. **Quem sabe não pode ser você escrevendo ou sendo o diretor de arte das próximas edições?**

*Um case é uma história de sucesso de um cliente. Uma prova social de alguma ação de marketing ou produto que deu certo.



SIMBORA??



UNINASSAU

SERÁ QUE JÁ SOU COMUNICADOR?

POR: YANNA MACHADO



Toda criança e adolescente tem suas fases, muitos gostam mais de tirar fotos, outros mais de desenhar, e eu no caso era mais de escrever!

Desde nova sempre quis trabalhar no ramo da escrita e por muitos anos estava certa de cursar Jornalismo.

Claro que seria uma porta que me abriria várias oportunidades com as quais eu me identificaria, mas após estudar mais minhas alternativas eu vi na Publicidade e propaganda uma forma de expandir ainda mais meus horizontes, quem sabe trabalhar com

Criação

Escrita Criativa

Publicidade em rádio

Criação de roteiros

✧ **e muito mais!** ✧

E você? me fala se já consegue enxergar sua área na Publicidade?



UNINASSAU

**SABIA? NÃO SABIA? ENTÃO AGORA
VOCÊ VAI FICAR SABENDO:**



TENDÊNCIAS DE 2023

POR: LARA PEREIRA

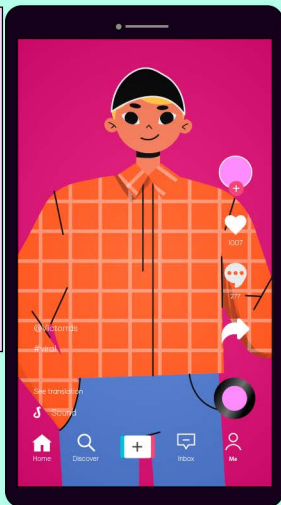
O mundo não para de se reinventar, e a comunicação não fica de fora dessa! As tendências mudam constantemente e tem muita novidade na área da comunicação chegando pra bombar em 2023. Se liga nessas 3 tendências que separamos pra você ficar por dentro!

1

Vídeos curtos vão dominar:

Curtiu aquele vídeo rapidinho no TikTok? Aqueles vídeos que prendem a sua atenção do começo ao fim? Então, você não tá sozinho nessa! Pois é, a galera tá curtindo cada vez mais conteúdos assim e por isso são eles que vão dominar as redes sociais em 2023.

E olha só, a pesquisa Inside Video, da Kantar IBOPE Media, mostrou que os usuários preferem vídeos curtos em vez de fotos e que o Brasil é um dos países que mais consome esse tipo de conteúdo em relação ao resto do mundo. Por isso, os criadores de conteúdo e as marcas que querem chegar chegando no seu público, devem priorizar a criação de conteúdos em vídeos nas redes sociais, como Instagram e TikTok, que sejam objetivos e com pouco tempo de duração.



UNINASSAU

2

Propósito na comunicação é TUDO:

Em 2023, as marcas que querem se destacar no mercado precisam agir de forma mais inclusiva, com responsabilidade social e incentivar a diversidade.

Não há mais espaço para se abster de posicionamentos importantes. Os consumidores querem se conectar com marcas que têm valores semelhantes aos seus, por isso, é essencial que as empresas se posicionem sobre questões sociais, ambientais e de governança, as chamadas práticas ESG.



Por isso, adotar um propósito claro e ações que pensem nos impactos positivos, tanto na sociedade quanto no planeta, faz toda diferença na hora de criar conexões verdadeiras com o público.



INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL PARA A PUBLICIDADE: É FÃ OU HATER?

POR: LUZ CARDOSO

A tendência da Inteligência Artificial chegou em todo o mundo e trouxe grandes dúvidas no mercado publicitário. Afinal, essas tecnologias como o Chat GPT são ameaças ou aliados? Posso perder o meu emprego? Serei substituído por um sistema de informações, uma máquina?



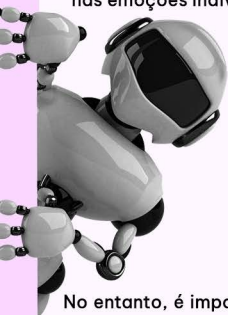
PERGUNTAMOS AO PRÓPRIO CHAT GPT “QUAL A SUA OPINIÃO SOBRE O USO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL COMO AUXÍLIO ÀS PROFISSÕES RELACIONADAS À PUBLICIDADE?”

E o mesmo nos trouxe essa resposta:

“A utilização de inteligência artificial pode ser muito útil nas profissões relacionadas à publicidade, pois permite uma análise mais profunda e precisa do comportamento do consumidor e do desempenho das campanhas publicitárias. A IA pode ajudar na identificação de padrões de consumo e na personalização de campanhas publicitárias com base nas emoções individuais de cada consumidor.

Além disso, a IA pode ajudar a otimizar o orçamento de publicidade, identificando as melhores estratégias e canais para alcançar o público-alvo. A IA também pode ser usada para criar conteúdo publicitário de alta qualidade, como textos, imagens e vídeos, com base em dados e análises de desempenho.

No entanto, é importante lembrar que a IA não deve substituir completamente o trabalho humano na área de publicidade. A criatividade e o pensamento crítico são fundamentais para o desenvolvimento de campanhas publicitárias bem-sucedidas e a IA deve ser usada como uma ferramenta de apoio e não como um substituto para o trabalho humano.”



UNINASSAU



A ferramenta naturalmente se defende, no entanto, apresenta o ponto que concordamos: ela não seria capaz de substituir a capacidade criativa humana.

Uma vez que somos seres com emoções afloradas e somos capazes de transmitir essas mesmas emoções através da nossa criatividade, uma máquina não conseguiria criar como um publicitário.

Como estudantes de publicidade, nós conseguimos desenvolver projetos que têm capacidade para alcançar pessoas de diversas maneiras em suas vidas. Podemos tocar o público-alvo de forma emotiva e cativante a fim de qualquer objetivo final, que geralmente é a venda.



ENTÃO COMO ESSA TECNOLOGIA PODE SER BENÉFICA NA PRÁTICA?

Está dentro das atividades do ser publicitário se atualizar e conhecer as novas tecnologias, afinal, geralmente, estas vêm para nos conduzir para novos caminhos, trazer novas ideias e podem sim serem aliadas nas nossas produções

Como seres humanos, entendemos a importância de buscarmos caminhos inovadores prezando também pela sua aplicabilidade prática e não exaustiva. Com as ferramentas utilizadas da forma correta, podemos ir muito mais longe e ainda segurar os nossos pés no chão em relação principalmente às patologias causadas pela alta cobrança comum em nosso meio.

Através da utilização pontual da ferramenta do Chat GPT, por exemplo, conseguimos refrescar nossa mente de ideias, garantir novos insights e conferir possibilidades, como o próprio Chat informou que pode fazer.

O segredo está em aprender a utilizá-la ao seu favor e não para fazer o trabalho por você. Tudo pode ser adaptado e aperfeiçoado no final, com o toque profissional.

Abraçar essa tendência é sabedoria e expertise! O desconhecido pode assustar, mas no fim as novas tecnologias podem se tornar grandes aliadas.

QUE TAL EXPERIMENTAR NOVOS CAMINHOS PARA INOVAR HOJE?



UNINASSAU

GOSTA DE MEXER EM REDES SOCIAIS E QUER SABER POR ONDE COMEÇAR ?

**BORA SER O SOBRINHO QUE SABE
DAS COISAS!**

POR: LISSANDRA VINHAS



Aqui, vamos falar sobre como utilizar as redes sociais a seu favor no mercado digital, apresentando todos os **macetes** que só um sobrinho que entende de mídias sociais pode saber. Afinal, dá pra ganhar dinheiro com isso? Quais os serviços que um social media pode oferecer? Qual o papel desse profissional? Senta, pega o seu celular e vem aprender mais sobre esse universo.

As redes sociais são ferramentas poderosas para profissionais de todas as áreas. Elas podem ser usadas para **aumentar a visibilidade do seu trabalho**, encontrar novas oportunidades, estabelecer conexões com outros profissionais e desenvolver sua marca pessoal. No entanto, como utilizá-las profissionalmente de maneira positiva?



Quando falamos de trabalhar com mídias sociais estamos falando de gerar resultados pros clientes e pra que isso aconteça é necessário muito estudo de várias outras coisas como por exemplo aprender as habilidades necessárias para criar campanhas publicitárias eficazes, como a criação de mensagens persuasivas, o desenvolvimento de estratégias de comunicação, a segmentação de público-alvo e a análise de resultados.



Essas habilidades são essenciais para trabalhar com mídias sociais, pois são plataformas de comunicação em que as empresas precisam criar conteúdo persuasivo e relevante para atrair e engajar seu público. Então, como fazer pra saber de tudo isso?



Estudar publicidade é uma excelente escolha e um bom caminho para quem quer trabalhar com mídias sociais, essa área é um dos componentes fundamentais da publicidade e do marketing digital. A publicidade é uma das principais formas de comunicação entre as empresas e seus clientes, e as mídias sociais são uma plataforma crucial para essa comunicação.

O QUE FAZ UM SOCIAL MEDIA?

Um Social Media, é o profissional responsável por gerenciar a presença online de uma empresa, marca ou indivíduo nas redes sociais. Ele atua como um especialista em mídias sociais, criando e implementando estratégias para aumentar o alcance e o engajamento nas redes sociais, criando conteúdo, gerenciando contas e monitorando as interações do público. O papel desse profissional é fundamental na era digital em que vivemos, já que hoje temos como principal forma de comunicação as redes.

TEM SER O SOBRINHO QUE SABE DAS COISAS! | POR: LISSANDRA VINHAS



Esteja sempre por dentro

SE VISTA DE CONHECIMENTO



UNINASSAU

PUBLICIDADE

360 CASE ALPARGATAS TRAINEES

POR: LARA PEREIRA



Do Ceará para o Brasil. A campanha "Alpargatas Trainees", criada pela Imaginant para a Alpargatas, um case cearense que se destaca no cenário nacional. O projeto consistiu em selecionar e capacitar jovens talentos para se tornarem os futuros líderes da empresa.

Com a campanha, a Imaginant mostrou que é possível fazer publicidade criativa e de qualidade no Ceará, alcançando resultados expressivos para grandes empresas multinacionais. Confira a entrevista com Oséias Oliveira, project manager do projeto, sobre o processo criativo dessa campanha.

ENTREVISTADORA

Quais foram as principais etapas do processo de gestão do projeto?

Em termos de gestão de projeto e atendimento para os Trainees da Alpargatas, tivemos uma primeira reunião com a equipe que lidera os Trainees para entender o que já estava formatado do programa. A partir do que eles formataram, já tinham em mente como esperavam que fosse a campanha, mas não tinham muita ideia de como executá-la. Então, dentro dessas ideias, havia o envolvimento dos Trainees, já que eles tinham formatado o programa de 2023. A ideia era que os Trainees que estavam atuando em 2022 também estivessem envolvidos na campanha de convocação para inscrições de Trainees de 2023. No entanto, eles não tinham muita ideia de como fazer isso, exceto pela realização de uma reunião de briefing com os Trainees participando e desenvolvendo a campanha.



OSÉIAS,
DA IMAGINANT

ENTREVISTADORA

Como foi definido o conceito criativo e a mensagem central das campanhas?

Em relação ao conceito criativo e a mensagem central da campanha de Trainees, eles (cliente) nessa campanha já chegaram com essa ideia dos Trainees atuais participarem. Eles já tinham em mente a pegada "De Trainee para Trainee" que passou a ser o selo da campanha, talvez até possa ser compreendido como o nome da seleção de Trainees da Alpargatas.

Publicidade 360 são quando as ações de marketing se complementam em diferentes canais, para diferentes públicos.



UNINASSAU

ENTREVISTADORA

Houveram desafios na hora de produzir o tom de voz da campanha?

O grande desafio foi entender o que o cliente queria comunicar em relação ao tom de voz. Em alguns momentos, criamos títulos e peças bastante criativas, mas eles consideraram que talvez não fossem compreensíveis ou objetivos o suficiente, e pediram algo mais direto. Em outras ocasiões, eles pediram criatividade, mas depois solicitaram mais objetividade. Em algumas situações, eles mesmos passaram os títulos e frases dos posts. Outro desafio foi que essa foi a primeira vez que eles trabalhavam com uma agência externa, e não havia um planejamento prévio definido para as demandas do projeto. Eles sabiam do que precisavam inicialmente, mas outras necessidades foram surgindo ao longo do andamento do projeto, como eventos e ações, e nem todas haviam sido previstas. Apesar de termos sugerido algumas ativações, eles acabaram indo além do planejado inicialmente. Foi difícil equilibrar criatividade e objetividade, mas o maior desafio foi lidar com a nova experiência para o cliente e a demanda de novas atividades em cima da hora, repassadas para nós sem muito planejamento prévio.



CONCEITO INICIAL

CONCEITO FINAL



Imagens cedidas pela Imaginant



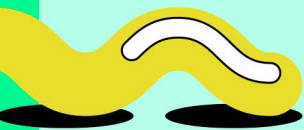
Imagens cedidas pela Imaginant



gostou?
ficou lindo demais



UNINASSAU



e aí?



Até a

próxima

FUTURO

PUBLICITÁRIO



INSTAGRAM

@PUBLICIDADEUNINASSAUCE | @UNINASSAU.DOROTEIAS



UNINASSAU

