

Interagindo nas redes sociais VIRTUAL

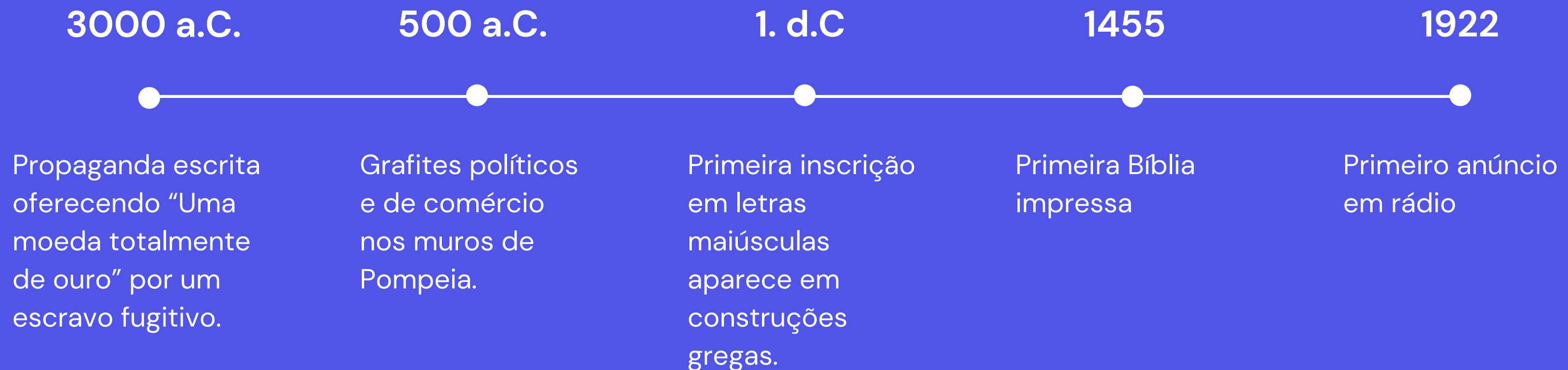


Webinário – CSE/FEP – Edizio Alencar Farias



A função da propaganda é promover, informar, persuadir e lembrar

História cronológica da Propaganda



A evolução da propaganda

1946

Os Estados Unidos têm 12 emissoras de televisão abertas ao público.
No Brasil a Televisão só chegou em 1950

1971

O serviço militar inicia sua primeira propaganda para recrutar um novo exército

1984

A Internet (controlada pelo governo desde 1973) é privatizada.
Em 1988 a internet chega ao Brasil

2000

A internet é a mídia de mais rápido crescimento desde a televisão, com 400 milhões de usuários

Propaganda como ferramenta econômica

Era pré-industrial

Com o consumo em massa, veio a necessidade crescente de a propaganda informar novos mercados sobre a disponibilidade de produtos

Até princípio do séc XIX

Na era industrial

Período que se inicia em meados do século XVIII e estende-se até o final da Primeira Guerra Mundial (1918), quando os fabricantes estavam preocupados principalmente com a produção.

“O que realmente importava era como a marca comparava-se com a da concorrência na mente do consumidor”

Era da Interatividade global – Século XXI

Explosão de novas tecnologias:

- . transmissão segmentada (Narrowcasting) TV a cabo
- . gravador de vídeo digital TiVo (aparelhos que gravam um disco rígido em formato digital, oferecendo imagens e som de alta qualidade e o recurso para “dar pausa em programas de TV ao vivo”).

- . Computadores pessoais
- . Celular
- . Internet
- . E-mails

“O bem mais valioso das empresas é o cliente e o relacionamento que elas estabelecem com cada pessoa ou organização

2021

Existência de **5,22 bilhões de usuários** com dispositivos móveis. Se no planeta existe, segundo estimativas de julho de 2020, uma população global **7,8 bilhões de pessoas**, então **mais de metade do mundo** está ligada na rede.

Internet

120 milhões de usuários ativos



O Brasil é o **número 1** em quantidade de **acessos** e o **4º** país com maior número de **usuários ativos** em sites de **relacionamento**, ficando atrás apenas da China, Estados Unidos e Índia.

Plataformas populares de redes sociais

Facebook – 2,2 bilhões de usuários ativos,

Youtube – 1,5 bilhão,

WhatsApp – mais de 1,3 bilhão,

Instagram – 1 bilhão, de usuários.

TikTok. Só no Brasil, o TikTok tinha mais de 7 milhões de perfis ativos até novembro de 2020.



Criatividade

Execução criativa: Transmitir a grande ideia:
o visual e o verbal

Função da criatividade:

- Ajudar a propaganda a informar
- Ajudar a propaganda a persuadir
- A criatividade ajuda a propaganda a fazer lembrar





JEEP

CHEGOU UMA OUTRA
DIMENSÃO PARA SUA
AVENTURA

Produzir um texto genial

Título

As palavras que ocupam a posição de destaque de um anúncio – aquelas que serão lidas primeiro ou que estão posicionadas de uma maneira que atraia a maior atenção possível.

Tipos de título

Chamadas de benefícios:

Fazem uma promessa ao leitor

Título Informativo:

Inclui vários títulos de instrução.

Título Provocativo:

Composto para despertar a curiosidade do leitor de tal forma que, para obter mais informações, ele leia o corpo do texto.

Título Interrogativo:

Faz uma pergunta ao leitor

Título Imperativo:

Dá uma ordem para que o leitor faça alguma coisa.

Redigir um texto eficaz:

- Vá diretamente ao ponto principal – e rápido.
- Enfatize a única ideia importante de maneira simples e clara.
- Tenha um único propósito em mente.
- Escreva frases curtas (Use palavras fáceis, familiares, e temas que pessoas compreendam).
- Não desperdice palavras (Diga o que tem a dizer – nada mais, nada menos – não encha linguiça, mas também não economize demais).
- Redija com talento.

Diagramando seu anúncio

- Escolher um formato.
- Qual a finalidade do elemento visual?



Dicas

-
- Design equilibrado
 - Espaço dentro do anúncio em proporções agradáveis
 - Padrão direcional evidente para que o leitor saiba em qual sequência deve ler o anúncio

Séries de Concertos de Câmara

Escola Santa Rosa

6ª-feira, 03 de fevereiro, às 20:00

Quarteto de cordas Alexander

Mozart, K387, Bartok nº3, Beethoven, Opus 59, nº1

Sam Pritchert & Ethel Libitz, violinos,

Sandra Yarbrough, viola, Mark Wilson, violoncelo

6ª-feira, 01 de março, 20:00

Trio Artaria

Trio "Archduke" de Beethoven e Trios de Haydn,

Schoenberg e Magnard

Richard Samson Norartz, violino

Recepção e concerto na Galeria de arte SRJC

6ª-feira, 26 de abril, às 20:00

Orquestra de Câmara Santa Rosa

Quarteto para piano em sol menor de Brahms,

Sonata Arpeggione de Schubert

Polly Hollyfield, violino, Linda Batticioli, viola,

Norinne Antiqua-Tempest, violoncelo,

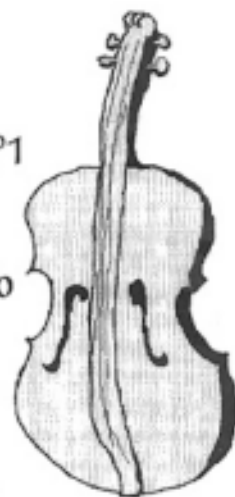
Margaret Park-Raynolds, flauta, Robin Plantz, piano

Todos os concertos acontecerão no Auditório Newman,

Hall Emeritus, Educação Comunitária

Ingressos a R\$10,00 e R\$8,00

Telefone para informações (012) 527-4371



Séries de Concertos de Câmara

Quarteto de Cordas Alexander

Mozart, K387, Bartok nº 3, Beethoven, Opus 59 nº 1

Sam Pritchert e Ethel Libitz, violinos,

Sandra Yarbrough, viola, Mark Wilson, violoncelo

6ª-feira, 08 de fevereiro, às 20:00

Trio Artaria

Trio "Archduke" de Beethoven

e trios de Haydn, Schoenberg and Magnard

Richard Samson Norartz, violino

6ª-feira, 01 de março, 20:00

Recepção e concerto na Galeria SRJC

Orquestra de Câmara Santa Rosa

Quarteto para Piano em Sol Menor de Brahms,

Sonata Arpeggione de Schubert

Polly Hollyfield, violino, Linda Batticioli, viola,

Norinne Antiqua-Tempest, violoncelo,

Margaret Park-Raynolds, flauta, Robin Plantz, piano

6ª-feira, 26 de abril, às 20:00



Todos os concertos acontecerão no Auditório Newman, Hall Emeritus

Escola Santa Rosa

Educação Comunitária

Ingressos a R\$10,00 e R\$8,00

Telefone para informações: (012) 527.4371

- **Coesão que mantenha os elementos do anúncio unidos e lhes dê unidade**
- **Atrair a atenção do leitor**
- **Identificar o assunto ou tema do anúncio**
- **Despertar o interesse do leitor pelo título**
- **Dar continuidade da campanha utilizando uma técnica visual unificada em cada anúncio**

Reilly Pickett

(717) 555-1212

Toad Hall

916 Old River Road

Red River, NM

Toad Hall

Reilly Pickett

916 Old River Road

Red River, NM

(717) 555-1212



PALESTRA COMEMORATIVA
CEFAS 34 ANOS
PALESTRANTE LINCOLN
BARROS DE SOUSA

DATA: 20 DE DEZEMBRO/2020

O HOMEM DE BEM

HORÁRIO: 19h30

LOCAL: CEFAS - CENTRO ESPÍRITA FRANCISCO DE ASSIS
RUA RIO GRANDE DO SUL, 413 - BAIRRO BOM JESUS

PALESTRA COMEMORATIVA



O HOMEM DE BEM

PALESTRANTE
LINCOLN BARROS DE SOUSA

LOCAL: **CEFAS** - CENTRO ESPÍRITA FRANCISCO DE ASSIS
RUA RIO GRANDE DO SUL, 413 - BAIRRO BOM JESUS

DATA: **20 DE DEZEMBRO/2020**

HORÁRIO: 19h30

CEFAS 34 anos

PROFISSÃO SOCIAL MEDIA COMO COMEÇAR

• LIVE



Regina Falange
Criadora de Conteúdo
[@sitebacana](#)



Alfredo Klein
CEO do Site Bacana
[@sitebacana](#)

15.10 SEXTA
20H

• LIVE

PROFISSÃO SOCIAL MEDIA COMO COMEÇAR



Regina Falange
Criadora de Conteúdo
[@sitebacana](#)



Alfredo Klein
CEO do Site Bacana
[@sitebacana](#)

15.10
SEXTA **20H**

A dinâmica da comunicação nas redes sociais

- Seguidores.
- A rede social deu voz para muita gente.
- O falar com esse público da internet.
- Vamos falar com espíritas e não espíritas.
- Novos canais adotam maneiras diferentes de se conectar .
- Para quem estamos falando?

Acontece a cada minuto nas mídias sociais

No Instagram

USUÁRIOS POSTAM
49.380 FOTOS

No Twitter

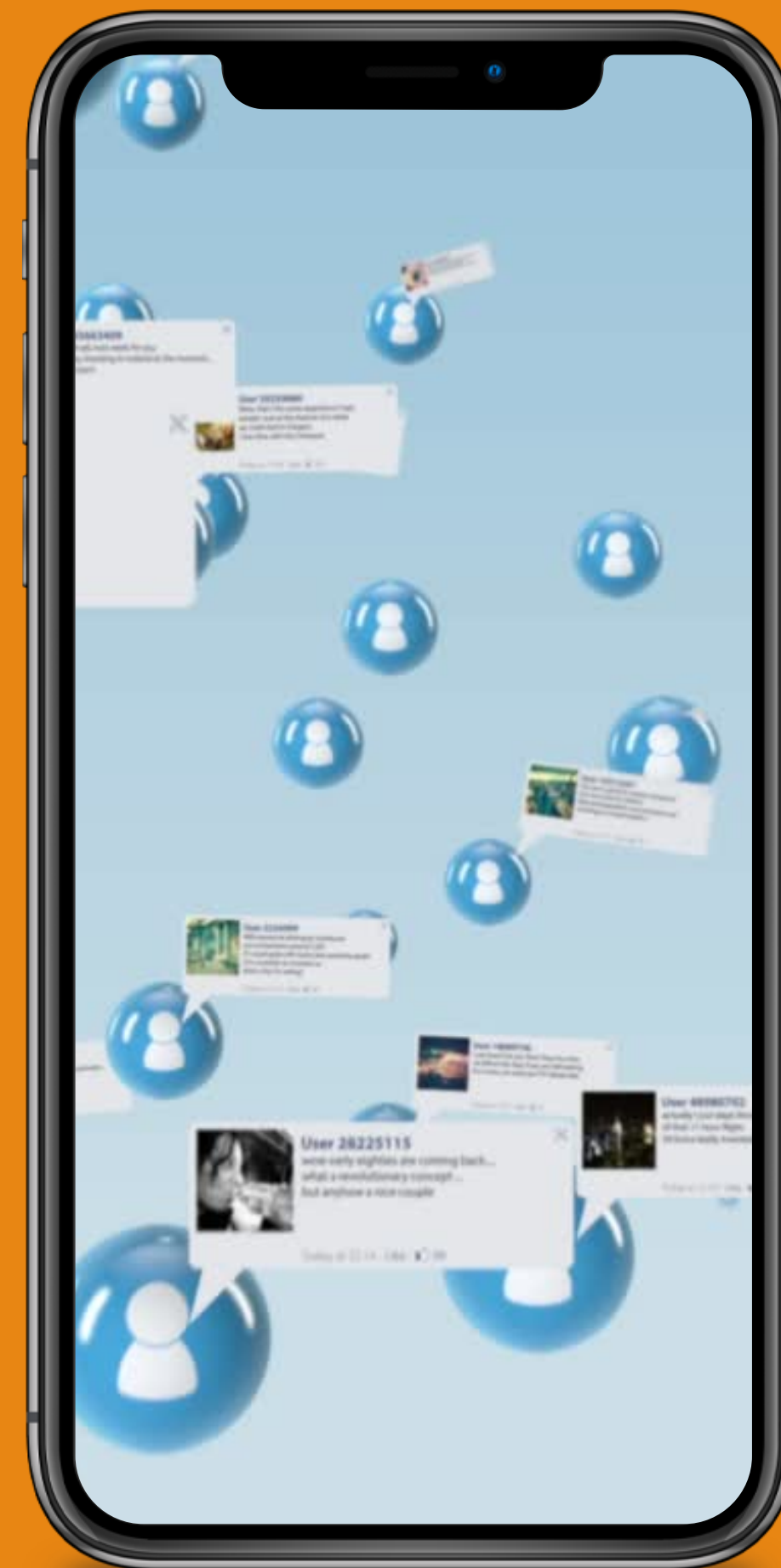
473.400 TWEETS
SÃO ENVIADOS

No Youtube

USUÁRIOS ASSISTEM
433.560 VÍDEOS

No linkedin

SÃO CRIADOS 120
PERFIS PROFISSIONAIS



Obrigado. Vamos à prática!

Arens – Schaefer – Weigold. Propaganda. Porto Alegre: AMGH, 2013

Cesar, Newton. Direção de arte em propaganda. São Paulo: Futura, 2000

Willians, Robin. Design para quem não é design. 3.ed. – São Paulo: Callis Ed, 2009

<https://blog.fortestecnologia.com.br/tecnologia-e-inovacao/a-influencia-das-redes-sociais/>

<https://www.linkedin.com/pulse/o-impacto-da-sobrecarga-de-informa%C3%A7%C3%A3o-consumo-conte%C3%BAdo-daniel-leal/?originalSubdomain=pt>