

Nova geração, nova comunicação

Sandra Jonas*

sandra@estacao8.com.br

“O mundo mudou e, mais do que isso, as pessoas mudaram. E isso exigiu a transformação da publicidade, uma vez que o impacto deve ser diferenciado. O mundo muda, sim, mas a produção audiovisual o acompanha. Num passado muito recente uma produtora recebia um roteiro e executava.

Trabalho esse que gerou boas parcerias e filmes memoráveis. Mas hoje não é mais assim. As produtoras são procuradas para opinar em projetos, trocar idéias, buscar formatos diferenciados, novas maneiras de comunicar... sempre de forma a multiplicar a verba, segmentar a mensagem e chegar ao objetivo final: fazer-se perceber pelo público. Atualmente os profissionais de produtoras lançam no mercado suas idéias inovadoras para TV, cinema, celular ou internet. Ou... tudo isso junto (e por que não?).

Com pequenas adaptações dentro de uma mesma verba, faz-se um programa de TV de 30 segundos, que se transforma num programete, depois num DVD e ainda em um filme para o site da marca. O céu é o limite quando se tem criatividade e se conhece o assunto.

Essa nova geração de produtoras tem projetos customizados, cujo custo x benefício é de encher os olhos. Mas ainda tem uma atuação tímida. A “revolução” está acontecendo e as coisas estão acompanhando a velocidade do mundo... estamos mudando afinal! Há quatro anos, era impensável toda essa discussão. Não se via um anunciante como o Bradesco, por exemplo, bancar programetes específicos para o público esportista, veiculando peças somente na SporTV, na campanha desenvolvida em 2005. Ou clientes como a TAM investindo em filme feito exclusivamente para internet no lançamento de seu vôo diário para Milão.

De um lado, a necessidade cada vez mais presente de se fazer comunicação segmentada. De outro, a pulverização de mídias, formas diferenciadas de se chegar até as pessoas. Nada mais coerente do que surgirem produtoras com capacidade para desenvolver conteúdo para esses canais.

Produtoras feitas de profissionais de diversas áreas: roteiristas, documentaristas, gente de televisão, profissionais do cinema, de tecnologia e de novas mídias.

Nessa corrida, saem na frente aquelas pró-ativas que, mais do que esperar o mercado acordar para essas possibilidades, procuram a inovação, falando diretamente aos públicos de interesse. Peças que chamem a atenção desse consumidor inquieto, munido de controle remoto, cada vez mais exigente e pragmático.

Conteúdos que vão além do intervalo comercial, espaço que está com seus dias contados, ou pelo menos no formato que o conhecemos hoje.

A nova geração de produtoras cria, é parceira da agência, faz render a verba, olha o material de forma inteligente e transforma-o em várias frentes de comunicação.

É uma geração antenada com as mudanças. Com a nova publicidade. E que veio para ficar.”

*Sócia-diretora da Estação 8