



BRANDED CONTENT DOMINA DEBATE DO “INOVADORES DE VISÃO”, EVENTO DA APP

Bertrand Cocallemen (F.Biz), Paulo Roberto Cunha (ESPM) e Rafael Marchesi Camanho (Amplix) mostram as alternativas que o segmento fornece à publicidade

São Paulo, outubro de 2015 – A [Associação dos Profissionais de Propaganda](#) (APP), entidade que fomenta e estimula o desenvolvimento da indústria da comunicação e que congrega publicitários de todo o País, realizou na última segunda-feira, dia 05, mais um “Inovadores de Visão” com o tema “A propaganda em tempos de Branded Content”. Com a mediação de José Francisco Queiroz, VP de Marketing da ESPM/SP, Bertrand Cocallemen (mais conhecido como Coca), head de Planejamento estratégico da F.Biz; Paulo Roberto Cunha, coordenador do curso de Comunicação Social ESPM/SP; e Rafael Marchesi Camanho, Sócio-Diretor da AMPLIX e Professor no Curso de Publicidade e Propaganda da ESPM/SP foram os palestrantes desta edição que ocupou a ESPM, em São Paulo, instituição parceira do evento.

Os convidados conduziram um debate a partir de suas visões sobre como o branded content fornece soluções criativas para engajar marcas e seus consumidores. Eles também proporcionaram uma reflexão sobre os avanços das ferramentas e estratégias adotadas para chegar ao público desejado, como descreveu o professor Paulo Cunha: “Trabalhar com conteúdo era associar a marca com algo que não fosse apenas uma forma de comunicação tradicional, o que vem mudando ao longo de uma disponibilidade de acessos”.

Na linha da criação de conteúdo, Rafael Camanho falou sobre trabalhos que realizou durante sua passagem por agências e questionou a eficácia sobre alguns formatos: “Será que as produções que fazemos para ter uma foto no Instagram ou Snapchat têm todo esse retorno? É essencial captar o objetivo e necessidade do cliente para atendê-los com boas soluções”. Já Bertrand Cocallemen falou da importância do formato transmídia justamente por aumentar os pontos de contato com o público e destacou: “Para divulgar o “recado” em vários locais, a programática do Branded content, para mim, é exatamente igual da programática da publicidade. O branded content não é uma receita”.

O “Inovadores de Visão” contato com o patrocínio da FOX e da ESPM.

Sobre a APP

A [APP](#) foi fundada em 29 de setembro de 1937 como Associação Paulista de Propaganda, tendo o poeta e publicitário Orígenes Lessa como primeiro presidente. Em 1989 foi rebatizada como Associação dos Profissionais de Propaganda, insígnia que mantém até hoje. A entidade surgiu da necessidade da atividade publicitária ter uma voz que não se calasse diante de temas e desafios do negócio publicitário e do profissional que atua na indústria da comunicação. Congrega os profissionais dos mais variados segmentos da publicidade nacional, estejam eles entre anunciantes, nas agências, nos veículos ou nas empresas fornecedoras de serviços, todos participando ativamente do desenvolvimento socioeconômico e profissional do Brasil, especialmente no que diz respeito ao crescimento e contínua modernização das atividades produtivas, comerciais e de serviços. Em sua longa existência, a APP, hoje com diversos Capítulos Regionais pelo país, ajuda a fazer da propaganda uma das atividades profissionais de maior expressividade em nosso país e oferecendo para toda a América Latina, preciosas colaborações técnicas, profissionalizantes e de desenvolvimento ético da profissão.

Informações para a Imprensa



Casa do Bom
Conteúdo



Jariza Rugiano – jariza@casadobomconteudo.com.br

Christianne Abila – christianne@appbrasil.org.br

Gil Dias – gil@casadobomconteudo.com.br

Marcelo Affini – affini@casadobomconteudo.com.br

Tels. (11) 3097-9462 e 3031-0670

  www.casadobomconteudo.com.br