

APRESENTAÇÃO

A publicidade é uma área em constante mudança, impulsionada pela inovação tecnológica e pela necessidade de servir públicos diversificados e exigentes. Nesse sentido, nesta edição da revista Ponto P, serão explorados diversos temas que moldam o futuro da comunicação, como inclusão, acessibilidade, estratégias digitais e novas tecnologias audiovisuais.

O marketing inclusivo e o investimento em campanhas para minorias pretas, PCDS e LGBTQIAPN+ abordada pela agência Minha Nossa, destaca a importância de campanhas voltadas para minorias, não apenas como uma forma de inclusão, mas também como uma estratégia lucrativa para as marcas. No campo audiovisual, o Color Grading e a Arte da Manipulação de Cores nos Protagonistas e Vilões dos Filmes: Homem-Aranha e Batman, destacada pela Agência Griott, surge como uma poderosa ferramenta para enriquecer a narrativa e intensificar a experiência emocional do público.

A inteligência artificial também ocupa um lugar central nesta edição. A agência Verces aborda uma análise dos impactos e desafios que essa tecnologia traz para a comunicação publicitária. A revista, por meio da agência Staff, ainda retrata a acessibilidade na mídia, usando como exemplo o documentário “Amor no Espectro”, que destaca a importância de tornar produções audiovisuais mais inclusivas para pessoas com deficiência.

No ambiente digital, a agência Fuxico investigou como as estratégias de marketing boca a boca evoluíram na era das redes sociais, moldando decisões de consumo por meio de recomendações pessoais e virais. Já no campo das produções audiovisuais, a agência USE fez uma análise do impacto do léxico afetivo em séries como “13 Reasons Why”, revelando como a linguagem emocional pode criar uma conexão profunda com o público. E, por fim, no artigo sobre marketing de acolhimento nas produções musicais de Taylor Swift, a agência Euphoria abordou a estratégia da cantora para fortalecer o vínculo emocional com seus fãs, mostrando que a publicidade eficaz vai além da simples venda, promovendo relacionamentos duradouros.

Ao longo desta edição da revista Ponto P será evidenciado como a publicidade permeia todos os aspectos da sociedade e como a publicidade influencia não apenas o consumo, mas também as interações culturais, sociais e emocionais. Com uma abordagem inovadora sobre inclusão, acessibilidade, tecnologia e engajamento, revela-se como a publicidade se adapta às novas demandas de um mundo mais conectado e diversificado.

Boa leitura!

Agência Verces