O poder da mídia na construção da marca

Profa. Dra. Elenita Rodrigues (UPIS)

– CONPRA 2010

Roteiro

1. Inovação? Sobre a Marca
2. Por que uma linguista? Níveis de leitura crítica
3. Construção da “informação”
4. Marca Pessoal / A experiência no Big Brother Brasil

A marca hoje é um dos traços mais fundamentais do mundo de consumo.

PLANET GIRLS
MOTOROLA
FOREVER LIVING
McDonald's
Sony Ericsson
TIM
Carrefour
oi
COPASA

Quando você pensa na marca BomBril pensa em louça brilhando?

Quando você pensa na marca BomBril pensa em louça brilhando? E quando vê o símbolo da Nike, vê a imagem de pessoas saudáveis correndo?

Quando você pensa na marca BomBril pensa em louça brilhando? E quando vê o símbolo da Nike, vê a imagem de pessoas saudáveis correndo? Sente cheiro de juventude e aventura quando vê uma caminhonete Pajero?

Não é necessário ver mais do que o

para imaginar o sanduíche com batatas fritas tão característico da rede americana.

Essa capacidade de imprimir uma idéia, uma sensação e uma lembrança na mente das pessoas é aleatória? Acontece à toa?

Quando se compra um produto junto com ele se está comprando uma **complexa malha de valores** que “seduzem” o desejo.

TIRAMOS O TOP DA GISELE.

Para comemorar 25 anos de Brasil, a C&A está lançando uma edição limitada do top C&A Fashion.

Compre agora o seu e fique na moda como ela.

C&A

cea.com.br

No ano em que a **C&A** contratou a modelo para seus comercias de TV, as vendas **subiram** 30%.

*O objetivo de trabalhar a estratégia da marca é **diferenciá-la** e obter um melhor desempenho no mercado.*

No ano em que a **C&A** contratou a modelo para seus comerciais de TV, as vendas **subiram** 30%

Inovar? Marcar?

Diferenciar!

“O produto não vale por seu uso, mas pelo coeficiente de fantasia desejante que nele se corporifica.”
C. Perez

“O produto não vale por seu uso, mas pelo coeficiente de fantasia desejante que nele se corporifica.”
C. Perez

É a publicidade que se responsabiliza pela captação e expressão dos valores que se agregam às mercadorias.

- Campanhas.

A linguagem constitui:

- Crenças (sistemas de conhecimento)
- Identidades (identificações, marcas pessoais)
- Relações (níveis de relacionamento)

DESCRIÇÃO (vocabulário, gramática, voz ativa, passiva, coesão, estrutura textual, ethos, imagens, Cores, logos, texturas)

DESCRIÇÃO (vocabulário, gramática, voz ativa, passiva, coesão, estrutura textual, ethos, imagens, cores, logos, texturas)

INTERPRETAÇÃO (produção, público alvo, consumo, distribuição, local e modo de publicação/divulgação, força, coerência, intertextualidade)

DESCRIÇÃO (vocabulário, gramática, voz ativa, passiva, coesão, estrutura textual, ethos, imagens, Cores, logos, texturas)

INTERPRETAÇÃO (produção, público alvo, consumo, distribuição, local e modo de publicação/divulgação, força, coerência, intertextualidade)

EXPLICAÇÃO (ideologia, sentidos, pressuposições, metáforas, hegemonia**,** orientações econômicas, políticas,culturais, ideológicas, crenças)

A construção da marca é resultado de um **trabalho estratégico para ligar símbolos, cores e idéias com o produto e a sensação que ele produz nas pessoas**.

hoje você é uma uva. Mas cuidado: uva passa.

PEGOLIA

ANNA PEGOVA

PARIS

Hoje você é uma uva.
Mas, cuidado, uva passa.

Observe:

1) Superposição de funções gramaticais que recai sobre a palavra **passa.**

2) Os efeitos persuasivos provocados por essa superposição.

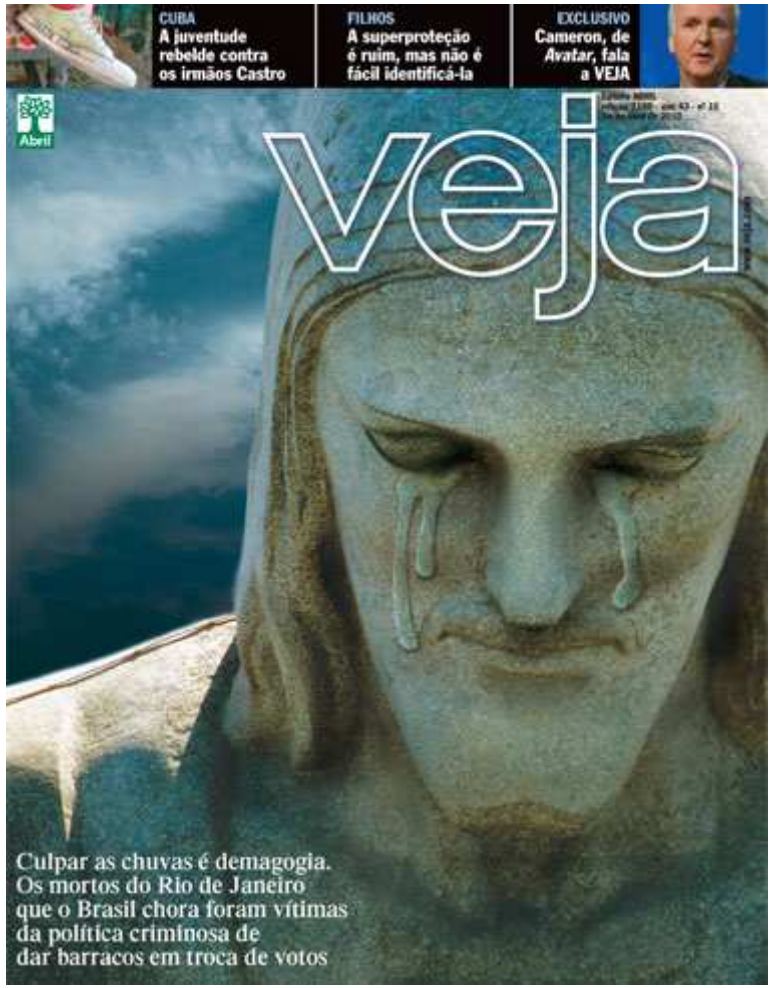
Profissionais especializados no assunto, também chamado de *branding*, estão por trás das marcas mais valiosas do mercado, e são alguns dos responsáveis por associar nomes e logotipos a valores como confiança, integridade, inovação, luxo.

Para qualquer leitura crítica, são perguntas centrais:

Quem representa o quê? Para quem? Com que motivos? Com que efeitos? Para o benefício de quem? A que preço? **E a que interesses isso serve?**

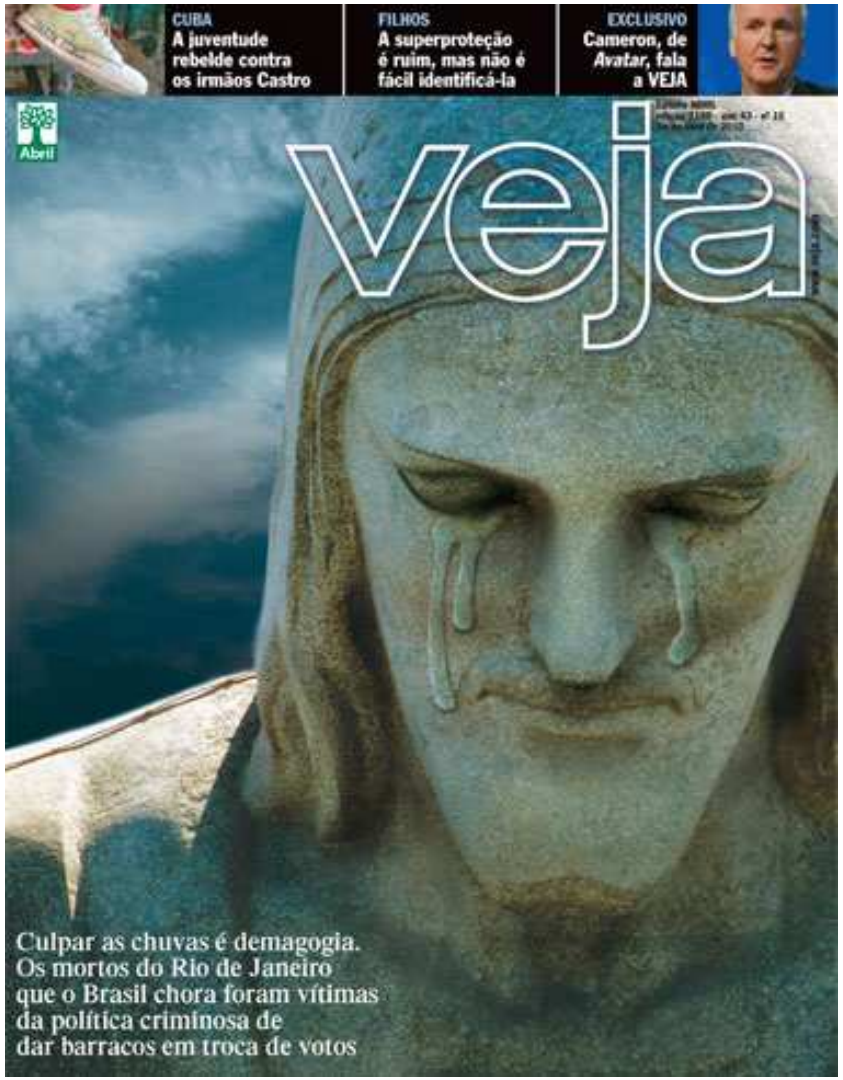
Compare:

DEPRESSÃO
Novos estudos
põem em dúvida a
eficácia dos remédios
BELEZA
A descoberta de um prêmio
Nobel abriu caminho para a
segunda revolução dos cremes
Abril
veja
POR QUE
CHOVE TANTO
Uma rara combinação de fatores atmosféricos
é a causa do dilúvio que há mais de 40 dias
castiga o Sul e o Sudeste do Brasil
EPICENTRO São Paulo sob as chuvas
mais fortes dos últimos 63 anos
ENERGIA Linhas encharcadas
são ameaça de blecautes
RAIOS O Brasil é o país
mais atingido do mundo


CUBA
A juventude
rebelde contra
os irmãos Castro
FILHOS
A superproteção
é ruim, mas não é
fácil identificá-la
EXCLUSIVO
Cameron, de
Avatar, fala
a VEJA
Abril
veja
Culpar as chuvas é demagogia.
Os mortos do Rio de Janeiro
que o Brasil chora foram vítimas
da política criminosa de
dar barracos em troca de votos

Para a Veja, enchente em SP é culpa da mãe natureza...

Já no Rio a natureza não tem nada a ver com isso...



A que interesses isso serve?

Vencedora
Ariane Lopes Messias, de Ribeirão Preto/SP, respondeu quais truques de sedução ela usaria para ficar irresistível como chocolate e venceu o concurso com a frase:
"Sou doce quando conquisto, amarga quando preciso e recheada quando passo dos limites. Capricho na embalagem e mantenho o conteúdo preservado. Afinal, assim como o chocolate o melhor sempre fica para o final".
SEDA
SEDA
SEDA
SEDA
Seda Chocolate
Conheça a nova linha que dá mais vitalidade aos seus fios, hidratando e nutrindo da raiz às pontas.

Os bens de consumo não são resultantes das necessidades.

As necessidades são resultantes da existência dos bens de consumo!

Gold
CONDICIONADOR
Gold
Gold

Marca

Marca Pessoal

Para qualquer profissional, uma **identidade** e uma **posição diferente** no mercado são a chave para o sucesso. Uma marca bem-feita vale dinheiro para as empresas, e prestígio e espaço para quem quer se destacar na carreira.

Mas como boa parte de vocês já me conhece do programa de tv…

Existe uma relação intrínseca entre **linguagem** e **intencionalidade**.

Compare:

Big Brother
Brasil

Quem era a Elenita antes do Big Brother Brazil?

- Mestre, Doutora, com mais de 10 anos de experiência na pesquisa;
- Autora de dezenas de artigos publicados em livros e períodicos nacionais e internacionais;
- Coordenadora no Brasil do programa "Workplace Basic Skills Network" em parceria com a Universidade de Lancaster – UK.
- Consultora do Ministério da Educação e também de diversas empresas públicas e privadas responsáveis pela elaboração de concursos públicos.
- Entre outras coisas…

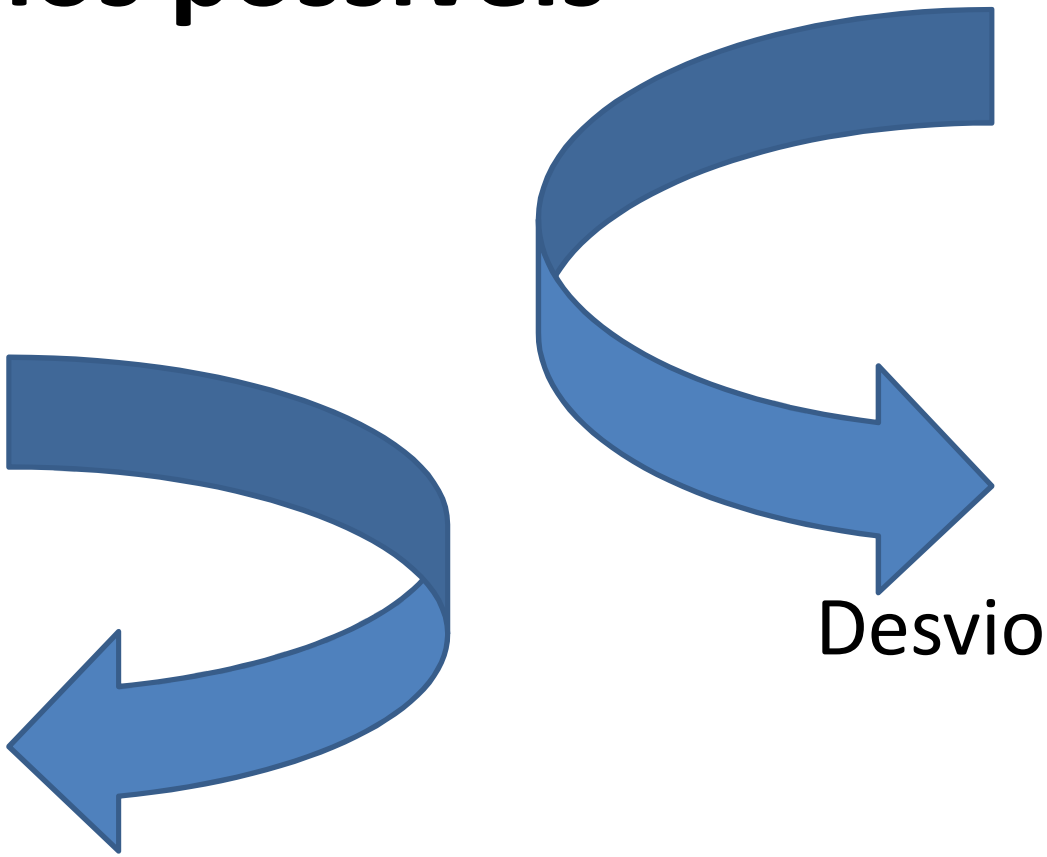
Por que me expor em um programa de televisão?

PIRÂMIDE DE WONG DA REALIZAÇÃO NO TRABALHO
(ESTUDO POR ROBERT WONG)
MISSÃO
VOCAÇÃO
CARREIRA
PROFISSÃO
EMPREGO

“A tragédia de vida não está em não alcançar sua meta. Está em não ter uma meta para alcançar”.

Benjamim Mays

Caminhos possíveis



Para onde ir? O que fazer?

Ousar?

“Ser empreendedor é correr riscos.” (Robert Wong)

危機
Ideograma chinês para risco

CRISE!

危 機

KI KI

(Perigo) (Oportunidade)

“Acertei o caminho não porque segui as setas, mas porque desrespeitei todas as placas de aviso.”

Então eu fui para o

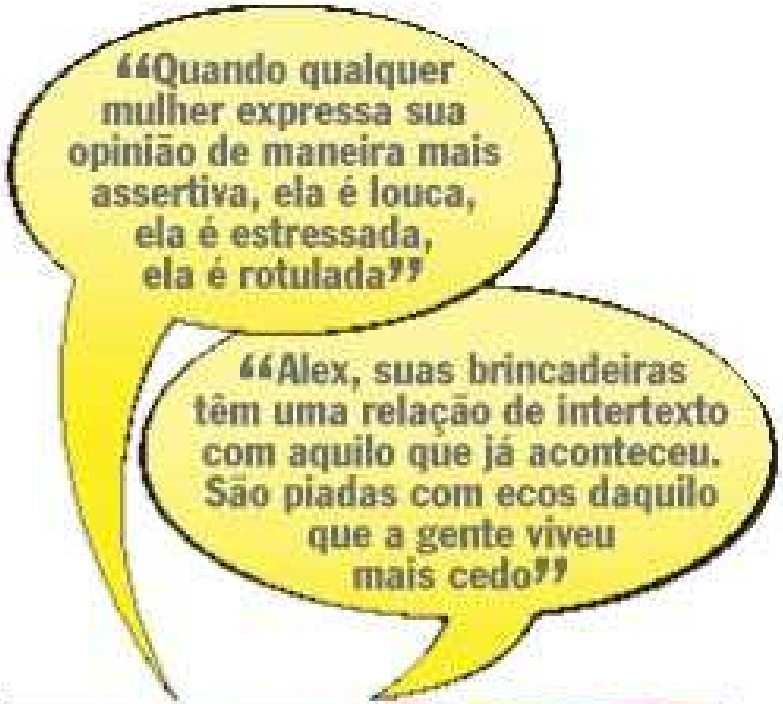
Se valeu a pena?

?

Quem era a Elenita antes do Big Brother Brazil?

- Bacharel, Mestre, Doutora, com mais de dez anos de experiência na pesquisa em Análise do Discurso;
- Autora de dezenas de artigos publicados em livros e períodicos nacionais e internacionais;
- Coordenadora no Brasil do programa “Workplace Basic Skills Network” em parceria com a Universidade de Lancaster – UK.
- Consultora do Ministério da Educação e também de empresas públicas e privadas responsáveis pela elaboração de concursos públicos.
- Entre outras coisas…

“**Doutora em Barracos**”



Fonte: Revista Veja

Diálogo entre mestre e discípulo, citado por Wong:

Como ser sábio?

Fazendo boas escolhas.

Como fazer boas escolhas?

Com competência.

Como obter competência?

Fazendo más escolhas.

“Quem procura o que não perdeu quando encontra não o reconhece.”

(Provérbio popular)

É isso. Pule no tal abismo
quando seu coração bater tão forte que só te restará pular. Você só vai saber se fez a coisa certa, fazendo-a.

E o que ficou de aprendizado?

Sua marca de pessoa íntegra e correta é o seu maior investimento durante toda a vida, por que lhe dá crédito para começar de cabeça erguida, quantas vezes forem necessárias, sem medo ou receios e com muitos aliados.

Não fique parado esperando a vida acontecer a você. Encontre algo que faça você feliz e faça! Porque todo o resto é só barulho de fundo…

AUTÓGRAFOS

ELENITA RODRIGUES

O Homem Ideal

e outras conversas

Quarta-feira, 30 de junho
de 19h30 às 21h30

livraria cultura

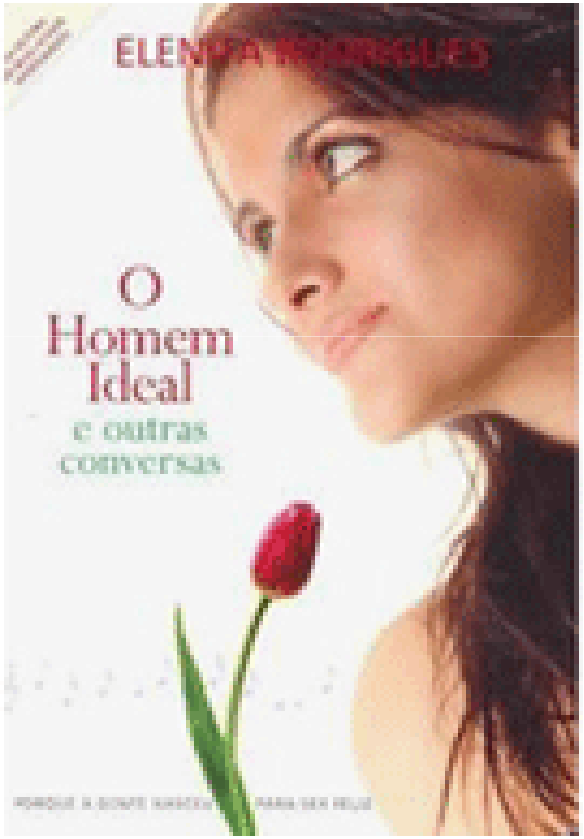
Bourbon Shopping São Paulo
R. Turiassu, 2100 - Perdizes - São Paulo/SP
011 3868 5100

“Às vezes, a vida bate com um tijolo na sua cabeça. Não perca a fé. Estou convencido de que a única coisa que me permitiu seguir adiante foi ***o meu amor pelo que fazia****. (...) A única maneira de fazer um excelente trabalho é amar o que você faz. Se você ainda não encontrou o que é, continue procurando. Não sossegue. Assim como todos os assuntos do coração, você saberá quando encontrar.” (Steve Jobs)*

Citação do livro

“O homem ideal

e outras conversas”



Se este fosse meu último dia, acho que gostaria de dizer que o tamanho da dor que você sente depende do fardo que escolhe carregar todo dia... que a vida pode ser bonita e leve apesar dos problemas... e que boa parte deles se resolveria sozinha com uma mudança no nosso olhar, na nossa perspectiva....

Não perca tempo na vida, sentindo pena de você.... aceite as consequências das decisões que tomar, mas tome com fé, com alegria e não perca nunca a confiança em Deus.... Isso torna a vida mais leve e dá a ela sentido.

Não desista, jamais.

- Vídeo com a história de Dan Millman.

A vida é uma escolha. Você pode escolher ser uma vítima ou qualquer outra coisa que deseje. Um guerreiro age e um tolo reage. Não há começar e parar. *Apenas fazer.*