



SHALLOW NOW ATÉ O FINAL

Revertendo piada em estratégias de marketing

ESAMC

INTRODUÇÃO

Juntos e shallow now. Com certeza, você ouviu esse termo recentemente, seja nas redes sociais, em uma roda de conversa com os amigos ou na própria música “Juntos”, regravação de Paula Fernandes da canção vencedora do Oscar “Shallow”. O sucesso de Lady Gaga – que faz parte da trilha sonora do filme “Nasce uma Estrela” – ganhou as rádios e paradas mundiais, caindo nas graças do público e da crítica, o que lhe rendeu, além de um Oscar, um Grammy e um Globo de Ouro, diversos outros prêmios.

Na versão brasileira, a interpretação ficou por conta de Paula Fernandes e Luan Santana, relatando, dentro da tão conhecida melodia, a história de um casal que está passando por crises e busca uma reconciliação.

A promessa, no entanto, logo se tornou chacota, bastando pouco mais de 30 segundos de música divulgados no Instagram da cantora. E, de repente, o Brasil todo conhecia a sequer lançada canção. Quer estratégia de divulgação melhor?



**DE VOLTA
À MÍDIA**

As críticas e memes tomaram a internet, tornando a versão conhecida até mesmo por quem sequer ouviu a original. Portais noticiaram o lançamento, jornais emitiram artigos de opinião, usuários propagaram piadas, teceram argumentos e espalharam o **“juntos e shallow now”** internet adentro.

Em um primeiro momento, a viralização por meio de piadas pode parecer algo negativo, no entanto, foi ela a responsável por impulsionar muitas carreiras. No caso de “Juntos”, as críticas renderam a Paula Fernandes uma projeção midiática satisfatória. Em poucos dias foram concedidas entrevistas, as interações aumentaram e os olhares, antes distantes, voltaram-se inteiramente à cantora sertaneja.



BLBLBLDE
VITAS

Um exemplo do alcance (e poder) dos meme é o **cantor russo Vitas**, que viu uma apresentação realizada a mais de dez anos atrás tornar-se viral em solo brasileiro. A música tinha no refrão nada além de sons emitidos pelo próprio cantor e logo se tornou um dos vídeos mais frequentes das redes sociais, aparecendo em várias versões, montagens e contextos diferentes.

Com tamanha repercussão, a informação não demorou a chegar até Vitas, que aproveitou a situação para divulgar a si mesmo. Nesse meio tempo, a própria equipe de marketing do cantor o inseriu em memes, lançou novos produtos e até um show em terras brasileiras foi anunciado.

O resultado? Vitas é até hoje adorado pelos brasileiros, cuja interação, mesmo após finda a popularidade do russo, mantém-se constante.

E até ele entrou na onda do Shallow now.



**A RAINHA
DO BUMBUM
DOS MEMES**

Gretchen é um rosto bastante conhecido entre nós. Antiga rainha do rebolado e responsável pelos sucessos “Conga” e “Melô do Piripipi” ganhou bastante projeção na internet em meados de 2016 e, desde então, tornou-se um dos maiores memes da internet brasileira.

Quando soube e se deparou com as montagens, Gretchen entrou na brincadeira e assumiu o título de Rainha dos memes – o que lhe rendeu o protagonismo do vídeo **Swish Swish** da norte-americana Katy Perry em 2017. As participações em programas televisivos, entrevistas para jornais e revistas e até mesmo o retorno aos palcos foram algumas das vantagens que as piadas lhe trouxeram.



**QUE TIRO
FOI ESSE?**

Jojo Toddynho fez sua primeira aparição no vídeo de “Vai malandra” da brasileira Anitta. Chamou a atenção por seus atributos e a desenvoltura com a qual aparecia. Com frequência marcou presença no Instagram da funkeira que a revelou e, poucos meses depois, lançou seu primeiro hit: **“Que tiro foi esse?”**.

A música foi literalmente um tiro midiático, chamando a atenção de veículos de comunicação, usuários da internet, celebridades. A repercussão não podia ter sido mais eficaz e o nome de Jojo despontou nas paradas de sucesso brasileiras, rendendo a ela uma projeção enorme no cenário musical. E, claro, muitos e muitos memes.

Para um novato, certas críticas e piadas podem parecer aterrorizantes, mas Jojo tirou de letra e abraçou o que era dito, tanto na divulgação da sua música, quanto de sua carreira. Ela também **aproveitou o momento para fazer apologias ao amor próprio usando o próprio corpo.**



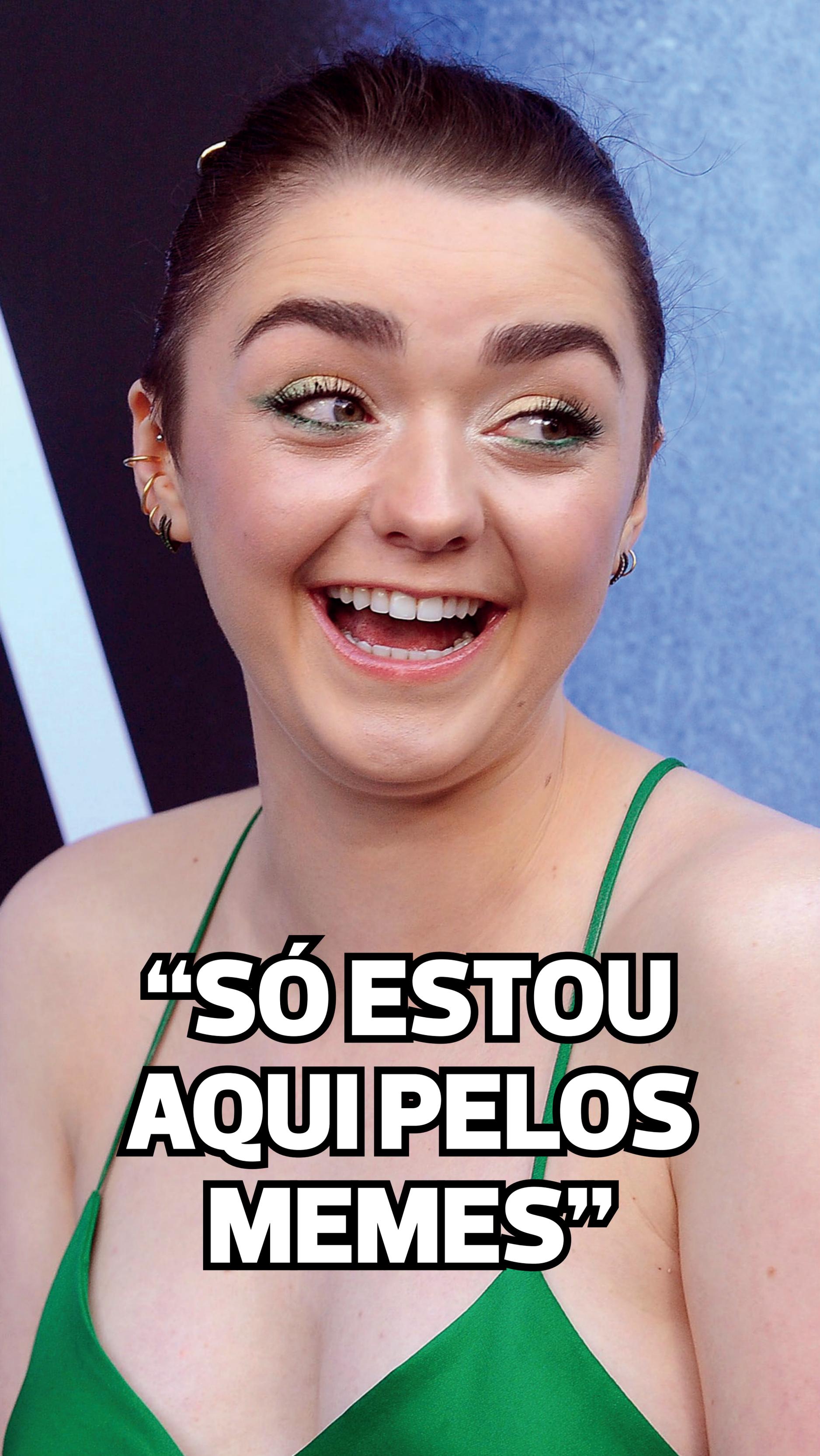
**SENÃO
PODE COM
ELES...**

...junte-se a eles!

A estratégia é ousada? Sim! Mas os resultados costumam ser bastante benéficos. As mídias sociais reúnem hoje **62% da população brasileira** – que gasta cerca de 4h por dia entre Youtube, Facebook, Instagram, entre outros. Do ponto de vista publicitário, o Social Media Trends, pesquisa realizada pela empresa Rock Content, apontou que **94% das empresas participantes no estudo estão presentes em redes sociais e 62% delas consideram que elas possuem um papel importante no ponto de vista dos negócios.**

Além disso, nas mídias sociais a velocidade de interação entre emissor e receptor é muito maior, permitindo um monitoramento de resultados muito mais eficaz. A propagação dos conteúdos também é mais rápida, **promovendo aumento no alcance em um tempo menor.**

Sendo assim, quer melhor lugar para estabelecer um diálogo com seu público e divulgar seus trabalhos/ produtos de forma eficaz?

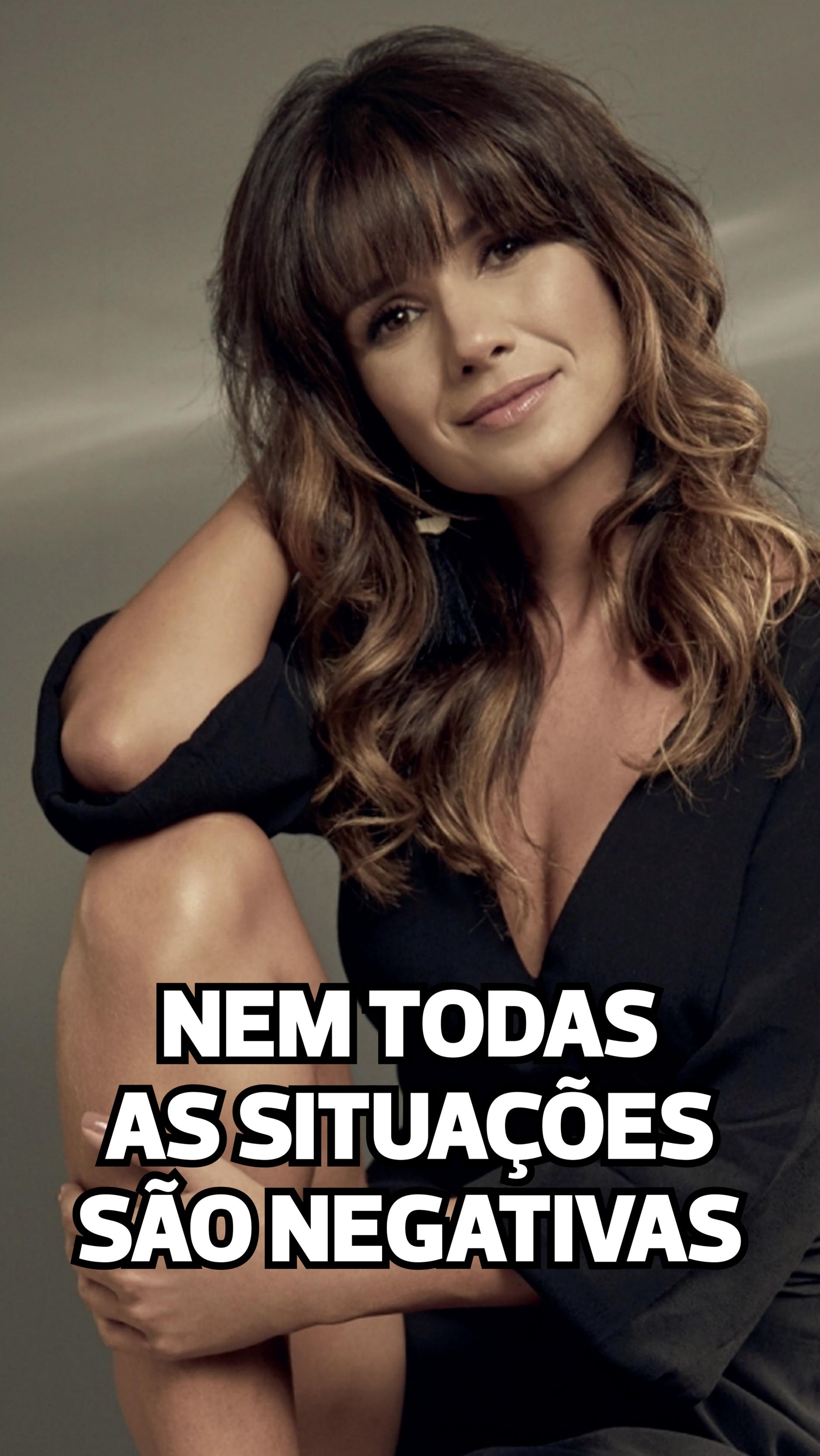


**“SÓ ESTOU
AQUI PELOS
MEMES”**

Brincadeiras saudáveis são sempre bem vindas, principalmente se há margem para que elas sejam feitas. **No caso dos memes, por que não abrir a mente e dar uma chance?**

A grande série televisiva Game of Thrones, produzida pela HBO, encontrou seu fim em maio de 2019, sendo bastante criticada por fãs que não esperavam o desfecho escolhido pelos roteiristas David Benioff e H.B Weiss. A situação foi encarada por muitos da produção, incluindo os atores e atrizes, de forma negativa, no entanto, **Maisie Williams, a intérprete de Arya Stark**, se limitou a um simples **“Just here for the memes.”** (só estou aqui pelos memes) via Twitter. Como resposta, recebeu uma variedade de montagens feitas por fãs, replicando vários deles em sua própria conta.

A estratégia de abrir-se ao que é dito sobre você ou seu produto cria mais empatia com o público, aproximando-os e estabelecendo uma abertura para que eles sintam prazer em acompanhá-lo.



**NEM TODAS
AS SITUAÇÕES
SÃO NEGATIVAS**

A exposição traz muitos desafios, sendo a sujeição às mais diversas opiniões um deles. **E saber lidar com elas é importantíssimo, podendo ser um fator decisivo na construção de imagem, seja de uma empresa ou de uma personalidade.**

Uma situação em que um cliente faz uma reclamação pública sobre você não significa um problema. A agilidade na resposta, a assistência oferecida, a forma como você se dirige a ele e se comporta diante de conflitos são pontos fundamentais que podem modificar totalmente a percepção das pessoas.

Mas, para enxergar os pontos positivos de uma situação negativa é preciso **sempre manter a calma e evitar os impulsos** – da mesma forma com a velocidade de informações é benéfica, ela pode ser também uma grande inimiga.

JUNTOS... E SHALLOW NOW

Tornar-se um meme não é um aspecto ruim e não deve ser interpretado como. Se bem utilizado e aproveitado, tomando como ponto de partida o público a quem se refere, o produto em questão e o que é dito, a estratégia pode ser uma aliada inigualável.

É o famoso “aproveitar o momento” como Vitas, Gretchen, Jojo Toddynho, entre tantos outros fizeram. **E como Paula Fernandes também deveria fazer. Juntos e shallow now!**

Referências Bibliográficas:

<https://inteligencia.rockcontent.com/social-media-trends-2018/>

<https://www.metrojornal.com.br/entretenimento/2019/05/17/shallow-premios-lady-gaga.html>

<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/62-da-populacao-brasileira-esta-ativa-nas-redes-sociais/>

<https://www.youtube.com/watch?v=X0ZVaFO7cGE>

 [/ESAMC](#) [/ESAMCOFICIAL](#) [/ESAMCOFICIAL](#)