

096 | DENIM COLLECTION

Os profissionais de mídia e edição têm papel fundamental na criação e no sucesso de campanhas publicitárias visuais. Desde o início do projeto, eles transformam ideias em mensagens atrativas e eficientes, capazes de chamar a atenção do público. Em um mercado cada vez mais competitivo, esses especialistas ajudam as marcas a se comunicarem de forma clara, moderna e estratégica.

Durante o desenvolvimento das campanhas, analisam os melhores canais de divulgação, definem o público-alvo e planejam a exibição dos anúncios para gerar maior impacto. Essa união entre estratégia e criatividade permite adaptar cada peça para TV, internet, redes sociais e outras plataformas. Ao final, seu trabalho fortalece a imagem da marca e torna a publicidade mais marcante, eficiente e relevante no mercado.

A campanha “[Better in Denim](#)” da marca de roupas GAP, estrelada pelo grupo Katseye, uniu moda, música e dança para promover o foco no jeans. Embalada pelo hit “Milkshake”, a ação destacou peças da coleção e conquistou grande repercussão. O vídeo chamou atenção pela edição dinâmica e complexa, com cortes rápidos, mudanças de cena sincronizadas com a batida da música e enquadramentos modernos que valorizam cada detalhe visual. Além disso, a coreografia marcante e precisa trouxe energia à campanha, combinando movimentos sincronizados e atitude, reforçando a conexão da marca com a cultura pop e as novas gerações.



Equipes, chegou a hora do time de mídias de vocês brilhar, até porque, no setor, a maioria dos integrantes faz parte da área da publicidade e resolvemos homenageá-los aqui hoje. Para essa tarefa, queremos ver a criatividade de vocês em prática na criação de uma campanha publicitária ao nível da Gincana Estadual de Vacaria 2026.

Para esta tarefa, solicitamos que sua equipe crie sua própria campanha publicitária, tendo como destaque principal a camiseta oficial da equipe do ano de 2026. A proposta deve valorizar a identidade, as cores e a personalidade da equipe, transformando a camiseta no elemento central de toda a produção. Durante todo o vídeo publicitário, a peça deverá aparecer em evidência, sendo apresentada de forma criativa, moderna e impactante.

O vídeo deverá utilizar uma música selecionada pela equipe como trilha sonora do material e contar com uma coreografia dinâmica inspirada no vídeo original, além de jogos de câmera, transições e enquadramentos criativos que enriqueçam o resultado visual. Todos os participantes deverão estar utilizando a camiseta oficial, podendo complementar o figurino apenas com peças em jeans, mantendo unidade estética e harmonia entre os integrantes. A criatividade, a sincronia e a qualidade visual serão fundamentais para destacar a campanha produzida pela equipe.

Para fins de pontuação:

- O vídeo da campanha publicitária deve ter o tempo de duração de 1min00s a 2min00s, não contabilizando na totalidade deste tempo a abertura padrão descrita conforme regulamento oficial;
- O vídeo deverá ser postado no Drive de sua equipe em formato .mkv ou .mp4 dentro de uma pasta contendo o número e nome da tarefa.

CREDITS

Instruções: Entreguem o solicitado.

Horário: Checkpoint 2 **Data:** 26/04 **Local:** Drive

Score: 500 **Max. score:** 500