



SHERLOCK
COMMUNICATIONS

gettyimages[®]

CONFIDENCIAL
TERRITÓRIO: Brasil, Colômbia, Argentina e México

O CLIENTE E O BRIEFING

O Cliente:

A Getty Images é a maior e mais importante agência de fotos do mundo. Fundada em 1995, é uma fonte importante de imagens para os meios de comunicação globais, desde o New York Times até a BBC. No entanto, embora a Getty Images seja reconhecida mundialmente por seu fotojornalismo, ela também visa profissionais criativos, como designers gráficos, agências de publicidade e empresas de comunicação, com uma variedade de imagens, soluções e insights de marketing.

O Briefing:

Visando quatro países latino-americanos específicos - Argentina, Brasil, Colômbia e México - a Getty Images contratou a Sherlock Communications em março de 2019 com um breve brief. Primeiro, queria aumentar o reconhecimento da marca e fortalecer sua reputação como especialista do setor entre profissionais de marketing, publicidade e criatividade. Em segundo lugar, queria trazer uma conscientização mais ampla ao Hulton Archive, um banco de 80 milhões de imagens históricas e fotos editoriais que datam do século XIX. No início de 2020, depois de ver os resultados da campanha para o Hulton Archive, a empresa também solicitou que mudássemos nosso foco para o iStock, o extenso banco de imagens de estoque mais econômicas da Getty Images



SUPERANDO OS DESAFIOS

Para demonstrar que a empresa é mais do que apenas um fornecedor de fotografias, precisávamos usar especialistas para mostrar os recursos de marketing da Getty Images. No entanto, com a campanha visando simultaneamente quatro países e alguns porta-vozes localizados fora da LATAM, surgiram rapidamente desafios logísticos - principalmente ao agendar entrevistas e tentar fornecer comentários de pessoas que já estão em grande demanda. A falta de acesso oportuno a fontes especializadas relevantes para cada país seria um problema, especialmente para a mídia de marketing.

Para combater isso, a equipe discutiu maneiras de permitir que porta-vozes locais falassem sobre a Getty Images, o Hulton Archive e a iStock, em vez de precisar contar com executivos estrangeiros.

Uma solução foi dar media training não somente aos executivos, bem como aos fotógrafos, garantindo que eles pudessem falar sobre mensagens comerciais e de marketing importantes de uma maneira interessante. Um exemplo disso na prática foi o planejamento da participação de um porta-voz local no Proxima, do Meio & Mensagem, um dos eventos de marketing mais importantes do Brasil, falando sobre um estudo inovador da Getty Images chamado Visual GPS. Infelizmente, devido à pandemia, o evento foi adiado, mas deve ser remarcado em devido tempo.



exame.



FOLHA
★ ★ ★

SHERLOCK
COMMUNICATIONS

SUPERANDO OS DESAFIOS

Nossa ação principal foi uma press conference ao estilo TED Talks. Em vez de ser apresentada por um porta-voz tradicional, sugerimos que fosse apresentado por John Moore, um fotojornalista vencedor do prêmio Pulitzer. Isso geraria interesse entre a mídia focada em marketing, além de apresentar uma abordagem mais pessoal, além de comentários genuínos, em vez de declarações corporativas pré-programadas. Discutindo seu trabalho cobrindo imigrantes, particularmente na fronteira México-EUA, a viagem de John a São Paulo gerou cobertura de jornalistas e colunistas de grandes mídias, incluindo *TV Record*, *Folha de São Paulo*, *Estadão* e *UOL*. Também organizamos um evento com John na fronteira de Tijuana, gerando grande cobertura com os principais meios de comunicação como *Síntesis TV* e *Tijuanotas*.

Em relação ao Hulton Archive, ele já havia sido mencionada em diversas publicações britânicas, mas permanecia amplamente desconhecido no resto do mundo. Precisávamos construir o reconhecimento desse arquivo online e a experiência associada a ele do zero. A Getty também queria que os porta-vozes de sua empresa aparecessem em uma variedade de mídias de primeira categoria, de negócios a entretenimento e esportes, e identificaram especificamente grandes publicações comerciais e de notícias, como *Meio & Mensagem*, *Propmark*, *Adweek*.



FOLHA DE S. PAULO
★ ★ ★

ADNEWS

ESTADÃO

publimetro



SUPERANDO OS DESAFIOS

Com base em dados de pesquisa interna, informações de especialistas em mídias visuais e as mais recentes pesquisas de mercado, o Visual GPS é um estudo aprofundado sobre como diferentes regiões, incluindo a América Latina, sentem e respondem a vários tipos de imagens em mídias e publicidade, e foi a thought leadership mais importante da Getty Images em 2020, até agora.

No entanto, como o estudo já havia sido lançado nos EUA, muitos meios de comunicação na América Latina já estavam cientes de que publicações estrangeiras haviam escrito sobre o assunto e, como resultado, mostraram relutância em dar uma cobertura adicional. Embora tenha sido apresentado no México durante a AdWeek, no Brasil, Colômbia e Argentina, precisávamos criar uma estratégia que interessasse à mídia, mesmo que as “notícias” já tivessem sido publicadas em outros lugares.

Com isso em mente, em vez de apresentar todo o estudo, preparamos um press release dividido nos principais tópicos discutidos - bem-estar, tecnologia/inteligência artificial e sustentabilidade.

Primeiro, oferecemos uma entrevista exclusiva com as publicações mais importante e, depois disso, separamos o press release por tópico, com foco nas publicações de cada setor. Conseguimos cobertura da história em mais de 15 importantes meios de comunicação.



Gracias a la **tecnología**, las personas han podido mantenerse en total contacto desde que se instituyó el **confinamiento social** decretado por los gobiernos de todo el mundo. En la Organización Mundial de la Salud (OMS) a raíz de la **pandemia provocada por el Covid-19**, mostrando que la **observación social en vida por el bienestar físico y mental**. Por sus roles, algunos expertos de tecnología muestran sus relaciones con el objetivo: **reservar nuevas herramientas tecnológicas para conectar a sus personas**.

En este sentido, **NOTI PRESS** que actúa en un primer momento por el concepto **Strategic Communication**, quien publicó la investigación de mercado **Visual GPS** de la compañía de fotografía de Getty Images donde muestra que el 75 por ciento de las personas **aseguradas están** que la **tecnología les ayuda a mantener más conectados con sus familiares y amigos**.

Además, el informe asegura que los **contenidos visuales** se han desarrollado fuertemente de cara a las nuevas conexiones virtuales. Tan solo en abril de 2020 las búsquedas de la plataforma de imágenes aumentó considerablemente. Los expertos dicen que el interés de los usuarios **"formatos visuales"** en sus contenidos se ve en 3 mil 400 por ciento a diferencia de cuando se usaban **video, foto, texto, audio, gráficos, animación y otros** contenidos por otros en el tipo de búsquedas principales dentro del sitio web.

Los datos demuestran claramente que las personas están buscando una **adaptación más rápida a la nueva normalidad** impulsada por la nueva tecnología, incluso en Internet. Por otra parte, los usuarios muestran las palabras clave que están ligadas a la **salud y el bienestar físico** incrementaron en los meses de búsqueda de Getty Images.

Según el estudio, el interés de **bienestar físico** aumentó en un 727 por ciento en las búsquedas de la página web de la agencia de fotografía **rehabilitación y otros conceptos referentes a la salud** destacando **postura virtual y entrenamiento virtual** que fueron por primera vez como palabras clave que las personas utilizan en sus búsquedas.

También, muchas personas alrededor del mundo utilizan el tiempo de la cuarentena en ser más productivos y desarrollar nuevas habilidades o habilidades por el momento. El informe destacó un incremento del 78 por ciento de los contenidos que giran en torno de las personas que se dedican por **arte y la publicidad de compañías** de la tabla de **Cuarta PC World - Tels Company** que muestra el uso de los nuevos formatos, **encontrados con el aumento de los usuarios que se dedican a hacer un buen uso de su tiempo**.

En su parte, **Telco Normal**, director general de datos creativos de Getty Images expresó: "La tecnología es una herramienta que nos ayuda a vivir, **sentir, aprender** y **compartir** de manera que puede ser una herramienta poderosa de la producción de contenido entre los consumidores que ya están a cargo de **crear** y **compartir** en línea, la **tecnología** permite poner la **tecnología** más amplia y mostrar los beneficios de la **tecnología** como antes."

acontecendo
aquí

meio&mensagem

PRODU

EL PLANETA URBANO
SHERLOCK
COMMUNICATIONS

SUPERANDO OS DESAFIOS

Decidimos que a melhor maneira de garantir a cobertura contínua seria criar uma campanha em torno de uma linha do tempo de eventos importantes a serem cobertos pelas mídias. Analisamos datas e eventos importantes relacionados, por exemplo, ao aniversário de 30 anos da Copa do Mundo da Itália '90, ao anúncio de uma nova parceria de eSports com a Federação Internacional de Automobilismo e aos Jogos Olímpicos de 2020 adiados.

Essa abordagem nos permitiu alcançar mídias de grande porte de diferentes áreas com imagens de arquivo que forneceriam insight e contexto históricos no momento em que estariam atrás de conteúdos diferentes sobre um determinado tema.

Sem orçamento para press trips ao arquivo em Londres, também usamos nosso relacionamento com correspondentes latino-americanos na Inglaterra, inclusive da *Globo* e *RedeTV* para combinar visitas ao local. Isso gerou um engajamento significativo com publicações de grande porte.



DESTAQUES DE COBERTURA



Um fotógrafo fez registros emocionantes do trabalho de resgate de animais queimados e feridos na Austrália

"É uma escolha falsa dizer que seres humanos ou animais que estão sofrendo deveriam receber nossa atenção total. Tem que ser ambos, se quisermos que este planeta sobreviva de uma forma reconhecível."

publicado 28 de Fevereiro de 2020, 10:45 p.m.



Mauro Albano
Editor-assistente, BuzzFeed News, Brasil

Be one of the first to comment



TECNOLOGIA

"No fim, o que importa é a audiência", diz CEO da Getty Images

Em entrevista exclusiva, CEO Craig Peters debate o futuro da imagem no ambiente digital

Por **Rodrigo Loureiro**
2 set 2019, 07:17 - Publicado em 2 set 2019, 07:00



Craig Peters: "Não investimos no Brasil de forma adequada." (Getty Images/Divulgação)

São Paulo – Uma célebre – e clichê – frase diz que uma foto vale por mil palavras. Em alguns casos, ela pode fazer valer um negócio imenso e necessário para diferentes indústrias. É o caso da Getty Images.

CSR E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Além de realizar campanhas de conteúdo separadas para cada setor da mídia (publicidade, direitos das mulheres, esportes, beleza etc.), também propusemos um press release sobre uma bolsa global da Getty Images focada na comunidade LGBTQ+.

O cliente não ficou muito certo disso no começo, pois não era uma história que planejava lançar na América Latina, mas nossa divulgação resultou em coberturas em mais de 20 publicações e o cliente perguntou se poderíamos fazer o mesmo por outras bolsas. Eventualmente, promovemos mais quatro - focados em mudanças climáticas, deficiências, direitos das mulheres e a pandemia global - e produzimos mais cobertura na LATAM do que em todas as outras regiões.

Após o resultado positivo da campanha da Bolsa LGBTQ+, a Getty Images começou a focar na divulgação, no Brasil, de outras bolsas inclusivas, bem como a da representação de pessoas com deficiência e idosos. Além disso, uma pesquisa apontou que muitos desses grupos não estavam sendo bem representados pela mídia, algo que divulgamos juntamente com as bolsas.



Empresas oferecem bolsa de até US\$ 15 mil para projetos de fotografia com pessoas com deficiência

REDAÇÃO - 15 DE OUTUBRO DE 2019

19/10/2019, 17:09

f t ... e e

Os fotógrafos interessados podem se inscrever até 1º de novembro; os cinco selecionados serão conhecidos em 3 de dezembro.



Retratar pessoas com algum tipo de deficiência ou síndrome é tema de bolsa para fotógrafos. Foto: iStock/Getty Images / Cédida para divulgação da bolsa

Uma parceria da Getty Images com a Verizon Media oferece bolsas de até US\$ 15 mil (equivalente a R\$ 65,2 mil) para fotógrafos que venham a trabalhar de

 **ESTADÃO**



CSR E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Após notar a necessidade das mulheres em tomar para si sua própria representação, a Getty Images se uniu à Dove e à Girl Gaze para criar uma galeria de imagens feita por mulheres focando em mulheres.

Visando uma representatividade menos estereotipada tanto de mulheres cis, trans, quanto pessoas não binárias, na publicidade, focamos em uma divulgação desde mídias de marketing - para, assim, chegar naqueles que realmente podem ter alguma decisão quando o assunto é as imagens usadas na publicidade - até mídias de lifestyle e comportamento, pois seria uma maneira de se comunicar com as pessoas que justamente estão sentindo uma deficiência nessa representação.

Visto o sucesso da campanha, em abril de 2020, a Getty Images divulgou uma bolsa para fotógrafos que tivessem uma representação mais ampla dessa comunidade. Muitos brasileiros se inscreveram no concurso.



meio&mensagem

MDEMULHER

ESTADÃO

SHERLOCK
COMMUNICATIONS

ELEVANDO A CONSCIÊNCIA DE MARCA

Da mesma forma, a Getty Images reconheceu oportunidades relacionadas à pandemia e muitos fotógrafos de seu staff, ao invés de cobrir esportes e moda, foram às ruas para registrar como o Novo Coronavírus estava afetando a vida cotidiana. No Brasil, o fotógrafo esportivo Buda Mendes visitou hospitais no Rio de Janeiro e então sugerimos usá-lo como porta-voz.

Conseguimos posicionar uma entrevista no *Gizmodo*, um importante site de tecnologia, na qual Buda Mendes discutiu o uso de drones e como a tecnologia está limitando os riscos de infecção enquanto garante a documentação de eventos importantes. Em seguida tivemos uma entrevista no canal *RBI*, com mais de 400 milhões de espectadores, e uma entrevista em rádio na *Jovem Pan*, uma das maiores emissoras do país.



GIZMODO

FOLHA DE S.PAULO
★ ★ ★

OTAB



[f](#)
[s](#)
[t](#)
[in](#)
[e](#)

[TÓPICOS](#)
[BANCO DE IMAGENS](#)
[GETTY IMAGES](#)
[SÉRIE](#)

[f](#)
[Comentar no Facebook](#)



O banco de imagens Getty Images é uma das marcas com maior força e presença no Cannes Lions. Assim como aconteceu nos últimos dois anos, o AcontecendoAqui vem trazendo para a nossa audiência em nosso país os principais insights e transformações da indústria, e também as principais tendências no mercado visual.

Uma parceria da Getty Images com a Versus Mídia oferece fotos de até **US\$ 15 mil** sem custo de R\$ 62,2 mil para **fotógrafos** que retratam histórias de pessoas que vivem com algum tipo de **deficiência**. As inscrições para o projeto **História Cristine** estão abertas até **1º de novembro**. Ao todo, serão cinco profissionais escolhidos por banca avaliadora, formada por jornalistas da indústria criativa e ativistas da deficiência. O resultado será anunciado em **3 de dezembro**, no Dia Internacional das Pessoas com Deficiência, idealizado pelas Nações Unidas.

Mainardis asegura que la fotografía ha contribuido para que las disciplinas femeninas crezcan

DESTAQUES DE COBERTURA



Concurso oferece duas bolsas de R\$ 40 mil para fotógrafos que retratam crise climática

REDAÇÃO - O ESTADO DE SÃO PAULO

16/01/2020, 09:00



Os profissionais podem se inscrever por meio de um site até 28 de fevereiro



Sara Tilling cuida do único canguru que sobreviveu ao incêndio que atingiu seu Santuário de Vida Selvagem Cobargo, na Austrália. Foto: Efe/ Epa/ James Gourley Australia and Nova Zealand Out

A empresa Getty Images e o programa mundial de fotografias sobre **mudanças climáticas** Climate Visuals anunciam nesta quinta, 16, que vão oferecer duas **bolsas** de dez mil dólares (cerca de R\$ 40 mil) para **fotógrafos** profissionais que retratam a **crise climática** global.

LEIA TAMBÉM:

- 1 Crianças influenciam diretamente opinião dos pais

Os fotojornalistas podem se inscrever [neste site](#) até 28 de fevereiro. Os trabalhos serão avaliados por um painel de profissionais da área.



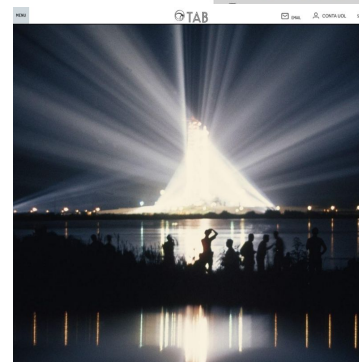
PROMOVENDO O ARQUIVO & ISTOCK

Além de criar o calendário de conteúdo destacando importantes eventos atuais e datas históricas, propusemos entrevistas e artigos com insights sobre mídia e imagens.

Por exemplo, durante a Copa do Mundo de Futebol Feminino de 2019, posicionamos uma entrevista com o vice presidente do Hulton Archive sobre a representação feminina no esporte durante o último século.

Isso garantiu cobertura em mídias como *IG, Torcedores, UOL Tab, Claudia e Glamour*. Uma parceria entre o cliente e a *ESPN Brasil* também gerou um período de cobertura diária no site esportivo.

O arquivo continuou gerando bons resultados não apenas em termos de coberturas, mas também como uma importante fonte para as mídias mais importantes. Em um dos casos, o popular site de inovação *UOL Tab* nos contatou diretamente solicitando novo conteúdo de arquivo, acrescentando “sentimos falta das fotos histórias da Getty Images em nossas matérias”.



"A história do pouso na Lua é uma história de triunfo técnico, brilhantismo e esforço coletivo", diz Bob Ahern, diretor do arquivo do Getty Images. A agência liberou dez fotos raras

CLAUDIA

TORCEDORES.COM

GLAMOUR

PROMOVENDO O ARQUIVO & ISTOCK

Com o rápido sucesso de nosso trabalho com o Hulton Archive, a Getty Images solicitou nossa ajuda para promover a iStock em Janeiro de 2020. A empresa tinha interesse em gerar mais interesse entre pequenas e médias empresas pois, apesar do preço mais acessível, as fotos genéricas não são tão impressionantes e a mídia tradicionalmente mostrou pouco interesse.

Para alcançar o mercado-alvo, decidimos trabalhar especificamente com os conteúdos locais e tirar vantagem do trabalho recente da gerente de conteúdo da Getty Images, que focou em gerar imagens menos estereotipadas e mais indicativas da cultura única de cada país. Também sugerimos posicionar os posts do blog da iStock na mídia focada em marketing. Isso se provou um grande sucesso em todos os quatro países e como os artigos eram assinados por executivos da iStock na América Latina, foi uma forma de incluí-los na mídia sem a necessidade de entrevistas.

Como resultado do grande interesse gerado, o time da Getty concordou em convidar um jornalista do seu evento “iStockalypse” na Argentina. No evento, conforme fotógrafos da Getty geravam conteúdo local com pessoas “comuns”, um jornalista do *Clarín*, o maior jornal do país, entrevistou dois produtores de conteúdo do projeto.



PROP
MARK

meio&mensagem

acontecendo
aqui

SHERLOCK
COMMUNICATIONS

OS RESULTADOS

Entre Julho de 2019 e o final de agosto 2020, a Sherlock gerou **678 coberturas para a Getty Images, sendo 120 nas mídias mais importantes para a empresa.** Todas as publicações de marketing dos quatro países publicaram histórias do cliente como resultado de nossa campanha, incluindo todas as mídias de marketing que o cliente especificamente solicitou desde o começo.

O time também garantiu oportunidades de entrevista para o CEO Craig Peters durante sua breve visita ao Brasil, México e Argentina. Peters foi entrevistado nas publicações mais importantes de negócios como *Forbes* (Mexico), *EXAME* (Brasil), *Clarín* e *El Cronista* (Argentina), enquanto fotógrafos da equipe e executivos também apareceram na mídia direcionada.

Como consequência do nosso trabalho anterior com John Moore, geramos mais cobertura na *Folha de São Paulo*, o maior jornal no Brasil, durante a pandemia. O repórter começou a seguir Moore nas redes sociais depois de entrevistá-lo durante sua palestra no estilo TED Talk no país em 2019. Apresentamos a ele o trabalho de John Moore com especialistas de saúde nos EUA durante a pandemia e ele mostrou grande interesse, escrevendo uma grande entrevista que apareceu na primeira página do jornal elogiando o trabalho do fotógrafo e da Getty Images.



Forbes

FOLHA DE S.PAULO

exame.

TAB

OS RESULTADOS

A Getty Images agora é vista por jornalistas e por grupos criativos e publicitários como uma autoridade e fonte inestimável em diferentes assuntos, desde LGBTQ+ e falta de representatividade a imigração e esportes internacionais. Isso pode ser exemplificado com o aumento da participação na mídia que a empresa têm atraído ao transmitir sua mensagem para um público muito mais direcionado, transformando percepções em representações e ajudando a decidir como as imagens devem ser usadas na publicidade. Desde nosso primeiro conteúdo LGBTQ+, geramos mais coberturas sobre as bolsas nas principais mídias em toda a América Latina, como *Estadão*, no Brasil; *Clarín*, na Argentina; *Globo*, do México; e *Extra*, na Colômbia. Com a região se tornando líder global em termos de imprensa, a Getty decidiu criar vários novos programas de bolsas, provando que nosso trabalho teve um impacto duradouro na maneira como o cliente opera.

Durante nossa campanha para a iStock, ela se tornou líder e fonte em seu segmento, com três diferentes mídias de marketing (uma do México e duas do Brasil) contatando a Getty Images buscando criar parcerias envolvendo histórias da empresa e suas imagens — solicitações que, conforme o cliente disse, raramente acontecem fora do trabalho editorial da Getty.

"Com uma vasta rede de jornalistas e contatos na América Latina, trabalhar com a Sherlock Communications produziu resultados e insights incríveis" diz Matthew McKibben, Especialista Sênior de RP da Getty Images. "Além disso, a proatividade de toda a equipe gerou ideias e resultados acima do planejado nos quatro países em que trabalhamos desde o início. Com a empresa, estamos alcançando mídias e resultados como nunca antes".

ULTIMAS SEMESTRE BLOGS BURLA CASARECORRACION COMPORTAMIENTO SENT

Empresa cria série feita apenas com conteúdo de banco de imagens

REDACCIÓN - ESTADÃO DE SÃO PAULO

12/06/2019, 19:07

A produção foi realizada sem atores, sem set de filmagens nem uso de câmera



Getty Images criou série a partir de banco de imagens. Foto: Reprodução de 'Getty Images / COMA - Episódio 1' / YouTube

Seria possível produzir uma série sem atores, sem set de filmagem e sem lugar uma única câmera? A empresa Getty Images realizou esse feito, cujo conteúdo veio apenas do banco de imagens da empresa.

LEIA TAMBÉM:

1 Série no YouTube do GNT promove debate de equidade de gênero

2 Erik Jacquin, jornalista do 'MeuChão', estreia canal no YouTube

Intitulada **COMA**, a primeira série original da plataforma acompanha a vida de David, um surcânico paciente em coma que não sabe quem é e o que fez para chegar a esse estado.

O projeto se divide em três episódios, disponíveis no YouTube, e foi desenvolvido em parceria com a agência AlmapBBDO, com produção da Sink Film.

Información de la serie

Getty Images y Verizon Media anuncian Beca Creativa Global en temas de discapacidad

20/06/2019 12:08

18 de junio de 2019

La beca está centrada en reconocer a los fotógrafos que mientras trabajan, buscan capturar y compartir historias visuales de aquellos que viven con alguna discapacidad

Ciudad de México a 20 de septiembre de 2019 - Getty Images, líder global en comunicación visual, en colaboración con Verizon Media, ha anunciado en última Beca Creativa Global - Getty Images Creative Bursary (programa de subvención) - centrada en la vida de las personas con discapacidades diferentes. Esta beca está dirigida a reconocer a los fotógrafos que mientras trabajan, buscan capturar y compartir historias visuales de aquellas que viven con alguna discapacidad. La beca es lanzada inmediatamente después de The Disability Collective, un esfuerzo lanzado en 2018 por ambas compañías en conjunto con National Disability Leadership Alliance para representar de manera más auténtica a las personas con discapacidades en los medios de comunicación.

"Este último esfuerzo es un ajuste natural, que nos permite expandir, no solo el alcance de esta beca, sino también doblar el premio en dólares", dijo Guy Merrill, Jefe Creativo de la beca y Jefe Global de Arte para Getty Images. "Todo que muestra nuestra principal es nuestra alianza con imágenes, estamos comprometidos de continuar nuestra relación con Verizon Media, un precursor en lo que respecta a la accesibilidad".

"En Verizon Media, estamos comprometidos a crear experiencias premium para todos", dijo Larry Green, Jefe de Accesibilidad en Verizon Media. "A través de este programa de beca, estamos equipando a los fotógrafos para que se usen a

PROPMARK

meio&mensagem

geek publicitário

Clarín SOCIEDAD

Campaña "Muestranos"

Mujeres reales en medios y publicidades: "Antes las imágenes eran aspiracionales, hoy la gente quiere verse a sí misma"

Le dio a Carlo Craig Peters, el nuevo CEO de Getty Images, que lanzó una campaña para dejar atrás ese "ideal" y que la opinión pública vea las imágenes reales.



17 de 2019. Imágenes: Reproducción de 'MeuChão' / YouTube

SHERLOCK COMMUNICATIONS

DESTAQUES DE COBERTURA

FOLHA DE S. PAULO
★ ★ ★

BRASIL 11 JUN 2020 11:14

coronavírus mundo



Um paciente em uma cama de hospital, rodeado por profissionais de saúde e equipamentos médicos. A cena ilustra a rotina de socorristas nos EUA durante a pandemia de coronavírus.



Um paciente em uma cama de hospital, rodeado por profissionais de saúde e equipamentos médicos. A cena ilustra a rotina de socorristas nos EUA durante a pandemia de coronavírus.



Um paciente em uma cama de hospital, rodeado por profissionais de saúde e equipamentos médicos. A cena ilustra a rotina de socorristas nos EUA durante a pandemia de coronavírus.

Fotógrafo premiado documenta rotina de socorristas nos EUA

John Moore acompanha profissionais de saúde e registra a rotina de socorristas no país mais afetado do mundo

Um fotógrafo premiado documenta a rotina de socorristas nos EUA durante a pandemia de coronavírus. O trabalho mostra a rotina de socorristas no país mais afetado do mundo.



Um paciente em uma cama de hospital, rodeado por profissionais de saúde e equipamentos médicos. A cena ilustra a rotina de socorristas nos EUA durante a pandemia de coronavírus.



Um paciente em uma cama de hospital, rodeado por profissionais de saúde e equipamentos médicos. A cena ilustra a rotina de socorristas nos EUA durante a pandemia de coronavírus.



Um paciente em uma cama de hospital, rodeado por profissionais de saúde e equipamentos médicos. A cena ilustra a rotina de socorristas nos EUA durante a pandemia de coronavírus.



JP

INFORMAÇÃO

É O MELHOR REMÉDIO
CONTRA O **CORONAVÍRUS**

GLAMOUR

LIFESTYLE

Guia auxilia publicitários a pensar campanhas mais diversas envolvendo mulheres

O guidebook foi pensado pela Getty Images em parceria com o movimento SeeHer

1 min de leitura

POR PAULA JACOB (@PJAYC08) FOTOS GETTY IMAGES
02 JUL 2020 - 12H19 | ATUALIZADO EM 02 JUL 2020 - 19H43

Globo+

Tenha acesso a 14 revistas e ao conteúdo exclusivo dos sites

R\$ 1,90/mês por 3 meses

A **publicidade**, por muitos anos, foi responsável pela propagação de corpos irreais, **estereótipos** de gênero, corpos e profissões, e estilos de vida inaccessíveis para a maior parte das pessoas. Contudo – e felizmente –, isso está mudando aos poucos e já podemos ver o efeito positivo dessa virada, como é o caso do outdoor da Calvin Klein, em **Nova York**, com a **modelo Jari Jones**, ativista **transsexual**.

Para manter esse novo curso de **campanhas publicitárias** mais inclusivas e reais, a Getty Images e o movimento SeeHer, da Associação Nacional de Anunciantes dos Estados Unidos (ANA), lançaram o **Narrativas Visuais Inclusivas para Mulheres: Um Guidebook para Promover a Diversidade**.

BuzzFeed News | Notícias | BuzzFeed News | Vozes | BuzzQueer | Coronavírus

News • 5 de jun. de 2020

Estas fotos mostram como as mudanças climáticas são um problema que está diante dos nossos olhos

No Dia Mundial do Meio Ambiente, estas imagens feitas por fotógrafos da Getty mostram que as consequências das mudanças climáticas já são parte da nossa realidade.

by **Mauro Albano**
Editor-assistente, BuzzFeed News, Brasil

Seja o primeiro a comentar

f p t w i



The logo for Sherlock Communications features the word "SHERLOCK" in a bold, black, sans-serif font. The letter "O" is replaced by a green circle with a green diagonal line passing through it from the bottom-left to the top-right. Below "SHERLOCK" is the word "COMMUNICATIONS" in a smaller, black, sans-serif font, with a green diagonal line passing through the letter "I".

SHERLOCK
COMMUNICATIONS

contact@sherlockcomms.com
+55 11 3817-5852

WWW.SHERLOCKCOMMS.COM