

CASE

Semana Amazon de Literatura

Contexto

Em 2020 os eventos culturais no Brasil e no mundo foram cancelados ou adiados por causa da pandemia. Não foi diferente com os festivais literários. Só para citar alguns: Bienal, Flip, Festivais Literários diversos, Flipoços, entre muitos outros, foram adiados ou cancelados. Ou seja, um dos mais fundamentais pilares culturais e educacionais de qualquer sociedade, o debate literário, sofria ao longo de 2020.

Enquanto isso, o KDP - Kindle Direct Publishing - ferramenta de autopublicação da Amazon, também perdia suas participações nesses eventos. Sempre com enfoque no educacional e institucional para autores independentes, as entradas de KDP nesses debates eram sempre fundamentais para o cenário da produção literária independente no Brasil.

Plano e Propósito

Em dezembro de 2020, o time de Kindle Direct Publishing trouxe uma ideia mega desafiadora para a FreshPR: fazer um evento literário 100% digital, que preenchesse a ausência dos festivais perdidos e complementando com conteúdo de primeira, os eventos que estavam rodando no digital. A exigência era que fosse grandioso e inspirador, com a pegada educacional - um dos pilares de KDP para que, mais uma vez, pudéssemos trazer à luz a Literatura Independente.

Assim nasceu a Semana Amazon de Literatura: 75 convidados, 28 mesas literárias de 1h, transmitidas ao vivo pela Internet em 10 dias de evento.

O que a Fresh PR entregou:

- Planejamento, Pré-produção e Produção de todo o evento digital
- Apoio da curadoria das mesas literárias
- Seleção de jornalistas mediadores
- Negociação com influenciadores e mediadores
- Key Visual de todo o evento e artes de social media
- Ação de seeding com influencers
- Preparo e briefing autores convidados

PR

A Fresh PR percebeu que além da divulgação da programação e da iniciativa como um todo, era possível explorar alguns palestrantes de forma mais contundente. Os “carros-chefes” escolhidos para essas divulgações pontuais foram: Julia Quinn, autora da série Bridgerton, que estava em primeiro lugar no streaming no mês de janeiro - uma verdadeira mania - e Vitor diCastro, o youtuber dos signos que tinha acabado de lançar um livro.

Para Julia Quinn, negociamos juntamente com a assessoria da editora da autora, uma entrevista exclusiva na revista Marie Claire, de forma a puxar a história para a participação dela no evento. Para o Vitor, emplacamos uma matéria de capa no caderno de cultura “Verso”, do principal jornal do Nordeste, o Diário do Nordeste.

Resultados

- **74** matérias sobre a programação.
- Audiência **ao vivo** de mais de **3000** pessoas durante os 10 dias de evento
- **Audiência de 50.000** visualizações após

Prêmio Kindle de Literatura - 5a edição

Enquanto isso, a 5a edição do Prêmio Kindle de Literatura, premiação de KDP que reconhece autores independentes, estava chegando ao fim, para o anúncio de um grande vencedor, entre 5 finalistas já anunciados naquele mesmo mês (janeiro). A Fresh PR teve a ideia de juntar as duas coisas e anunciar o vencedor durante a Semana Amazon de Literatura, ocupando um horário, porém ao invés de uma mesa literária, idealizamos um evento ao vivo direto de um estúdio.

A Fresh escolheu o estúdio para transmissão ao vivo da premiação, somente com a presença da apresentadora, Valéria Almeida, jornalista com mais de 15 anos de carreira na TV, e da gerente de KDP para Amazon Brasil, Laura Grossman.

O roteiro do evento, incluiu a entrada ao vivo dos jurados do Prêmio, que debateram os temas das obras finalistas. Clipes de 45 segundos previamente gravados à distância, enalteceram cada um dos 5 finalistas.

A grande surpresa

Cada finalista estava em um canto do país. Por isso, antes do evento, a Fresh PR enviou caixas lacradas com cadeados contendo os troféus. O troféu do primeiro lugar era o único na cor dourada. O código do cadeado foi anunciado ao vivo, e os finalistas abriram suas caixas em tempo real descobrindo assim a obra vencedora: “O pássaro secreto” de Marília Arnaud, da Paraíba.

Resultados PR Prêmio Kindle de Literatura:

Sobre a 5a edição do prêmio Kindle de Literatura, foram mais de **76 matérias**.

Resultados gerais:

A semana Amazon de literatura que culminou no prêmio Kindle de literatura rendeu mais de **150 posts orgânicos em redes sociais** com mais de **8.500 interações** e alcance potencial de 10.900.000 e total de **150 matérias na imprensa**.

