

• RECBROS

PERCEPÇÃO. DIREÇÃO. NARRATIVA. PRESENÇA.

O QUE O PÚBLICO ENTENDE ANTES MESMO DE COMPRAR?

Uma investigação sobre
autoridade, confiança e os
pequenos sinais que fazem
alguém escolher uma
marca.

Criamos sistemas de
conteúdo capazes de
transformar rotina,
conhecimento, processos e
histórias em comunicação.

Uma carta para quem pode construir com a gente

Se este material chegou até você, provavelmente existe alguma coisa no seu trabalho que merece ser mais bem percebida.

Talvez sua empresa tenha crescido mais rápido do que a própria comunicação. Talvez exista uma história que nunca foi organizada, um conhecimento que ainda vive apenas na cabeça de quem faz ou a sensação de que aquilo que aparece do lado de fora ainda não representa tudo o que acontece por dentro.

É exatamente nesse espaço que gostamos de trabalhar.

Para nós, conteúdo não é uma coleção de vídeos esperando uma data para serem publicados. É a parte visível de algo maior: o que sua empresa pensa, faz, defende e quer deixar na memória das pessoas.

Por isso, nosso processo começa antes da câmera.

Precisamos entender pessoas, rotina, negócio, objetivos, público e contexto. Muitas vezes, são perguntas que parecem não ter relação com um roteiro que revelam aquilo que realmente merece ser dito.

Da nossa parte, existe uma responsabilidade clara: chegar preparados, organizar o processo, propor caminhos, dirigir, produzir e cuidar de cada etapa com critério.

Mas uma boa comunicação nunca é responsabilidade de apenas um lado. Precisamos de acesso, contexto, comprometimento com aprovações e confiança para que o processo avance. Quando toda decisão permanece aberta ou tudo depende de uma única pessoa, até uma boa estratégia pode ficar presa dentro do próprio processo.

Não prometemos que todo vídeo será viral.

Não acreditamos que toda ideia precise virar conteúdo.

E não tratamos uma câmera como solução para um problema de posicionamento.

O que podemos oferecer é direção para escolher o que merece ser dito, narrativa para tornar seu conhecimento compreensível e continuidade para transformar presença em percepção.

Alguns conteúdos vão vender. Outros vão explicar, registrar processos, responder dúvidas ou construir autoridade silenciosamente.

O importante é que cada um saiba por que existe.

Se fizermos isso direito, no fim você não terá apenas uma pasta cheia de arquivos. Terá um acervo daquilo que sua empresa pensa, faz e quer deixar na cabeça das pessoas.

É isso que esperamos construir com você.

RecBros

Percepção. Direção. Narrativa. Presença.



REFERÊNCIAS VISUAIS

Dra. Joize Pires
@dra.joizepires

MAC Medicina e Saúde
@macmedicinaesaude

Dr. Frederico Marques
@drfredericofmarques

Dra. Alessandra Barboza
@draalessandrabarboza

Dra. Ana Lúcia Lacerda
@draanalucialacerda

Dra. Juliana Caramori
@drajulianacaramori

Clínica Revie
@clinicarevie

Jennifer Figueiredo Arquitetos
@jenniferfigueiredoarquitetos

ITEKTON Construtora
@itektonconstrutora

Gilce Morizzo
@gilcemorizzo

NAHA Estratégia
@naha_estrategia

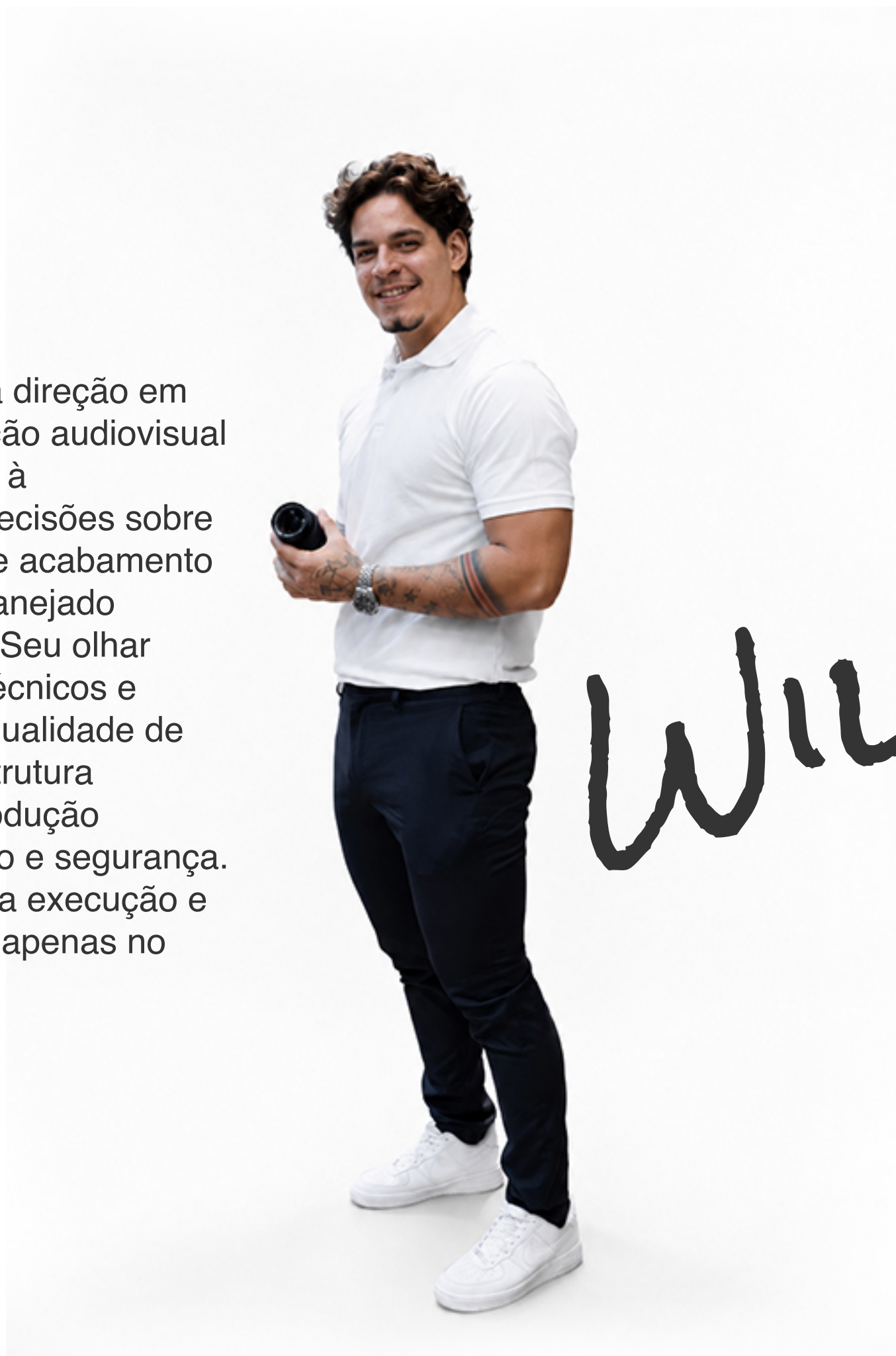
SBD Connect / RADECO 2026
@sbdconnect

Prefeitura de Planalto da Serra
@planaltodaserra

Lucas é quem transforma contexto em direção. Pesquisa o mercado, investiga referências, identifica dores e oportunidades e organiza tudo isso em pautas, roteiros e narrativas que façam sentido para cada cliente. Também conduz briefings, entrevistas e gravações, ajudando quem está diante da câmera a encontrar uma forma mais natural de comunicar aquilo que sabe. Seu trabalho acontece principalmente antes e durante o REC: entender o que precisa ser dito, por que aquilo importa e que percepção cada conteúdo deve ajudar a construir.



Willian é quem transforma direção em imagem. Cuida da execução audiovisual dos projetos, da captação à pós-produção, tomando decisões sobre câmera, luz, áudio, ritmo e acabamento para que aquilo que foi planejado funcione também na tela. Seu olhar acompanha os detalhes técnicos e visuais que sustentam a qualidade de cada entrega, além da estrutura necessária para que a produção aconteça com organização e segurança. É onde estratégia encontra execução e uma ideia deixa de existir apenas no papel para ganhar forma.



Willian

A man with short dark hair and a beard, wearing a black t-shirt, stands in front of a large, bright orange circle on a dark background. The circle is centered behind his head and shoulders. The text "consciência de camada" is overlaid in white, with a right-pointing arrow icon to its right.

consciência de camada →

Uma empresa pode passar anos produzindo conteúdo e continuar mostrando apenas a superfície do próprio trabalho.

Uma médica publica que realizou um procedimento. Uma construtora mostra que concretou uma laje. Um empresário registra uma reunião importante. Tudo isso é conteúdo. Mas, isoladamente, conta apenas o que aconteceu. E quase sempre existe uma história muito mais interessante escondida logo abaixo.

Nós chamamos isso de **Consciência de Camada**: a prática de olhar para um acontecimento e perguntar o que existe além do registro. Por que aquela decisão foi tomada? Qual problema precisava ser resolvido? Que critério levou àquela escolha? O que isso revela sobre a maneira como aquela empresa trabalha?

É assim que uma concretagem deixa de ser apenas uma imagem de concreto sendo despejado e passa a mostrar planejamento, engenharia e decisões que o cliente nunca enxergaria sozinho. É assim que um procedimento médico deixa de ser apenas um “antes e depois” e começa a revelar avaliação, indicação, experiência e responsabilidade.

Na prática, o exercício é simples. Sempre que algo acontecer dentro da sua empresa, não pare em “vamos mostrar isso”. **Pergunte por que isso merece ser mostrado e o que alguém deveria compreender sobre nós depois de assistir.** Quanto melhor a resposta, mais profundidade existe naquele conteúdo.

Gostamos de aplicar esse pensamento porque boa parte do valor de uma empresa é invisível. Está nas decisões, nos critérios, na experiência acumulada e na maneira como problemas são resolvidos quando ninguém está olhando. A câmera consegue registrar o resultado. Nosso trabalho é ajudar a encontrar as camadas que fazem esse resultado significar alguma coisa.

Mostrar o que você faz informa. Mostrar por que você faz dessa forma constrói percepção.

Esse, para mim, já fica muito mais claro para o cliente. Ele entende o conceito, vê um exemplo, **aprende a testar no próprio negócio e compreende por que isso faz parte do método da RecBros**, sem parecer que estamos tentando vender uma metodologia mirabolante.

O que acontece antes de um conteúdo ficar pronto

Existe uma diferença entre fazer rápido e fazer sem processo. Na produção de conteúdo, boa parte do trabalho acontece justamente onde o cliente não vê: na pesquisa, nas referências descartadas, nas decisões de formato, nas perguntas feitas antes da gravação e nas escolhas que ajudam uma ideia a chegar ao público da maneira certa. Por isso, quando uma demanda chega com urgência, nosso primeiro movimento não é simplesmente abrir uma ferramenta e começar a produzir. É entender o que aquela peça precisa resolver.

A inteligência artificial faz parte do nosso repertório e pode acelerar etapas de pesquisa, organização e exploração de possibilidades. Mas ela não conhece sozinha a história de uma marca, não participa das conversas com o cliente, não percebe o desconforto diante da câmera e não decide qual frase merece permanecer em um vídeo. Ferramenta ajuda. Critério continua sendo trabalho humano.

DO BRIEFING À PUBLICAÇÃO

POR QUE TANTAS ETAPAS?

Porque o vídeo que aparece no feed é apenas a última parte do processo.

Quando pulamos pesquisa, estratégia, aprovação ou planejamento para atender apenas à urgência do momento, normalmente não economizamos tempo. Apenas empurramos os problemas para etapas mais caras, quando o roteiro já foi gravado, o material já foi editado ou a publicação já deveria estar no ar.

Respeitar o processo não existe para tornar a produção burocrática. Existe para reduzir improvisos, retrabalho e ruído entre as partes.

Quanto melhor cada etapa funciona, mais próximo o resultado final fica daquilo que todos esperavam desde o início.

A câmera registra alguns minutos. O trabalho para chegar até eles começa muito antes.

01

02

03

04

05

06

07

08

09

10

A DEMANDA CHEGA

Ela pode partir diretamente do cliente, surgir de uma necessidade identificada por nós ou chegar através de um parceiro responsável pela estratégia da marca. Antes de produzir, precisamos entender o que está sendo pedido e por quê.

ENTENDEMOS O MOMENTO DA MARCA

Analisamos o perfil, os conteúdos já publicados, a linguagem utilizada, o posicionamento atual e o estágio em que aquele cliente se encontra. Uma marca começando a aparecer precisa de conteúdos diferentes de uma marca que já possui autoridade e quer aprofundá-la.

PESQUISAMOS

Buscamos referências, movimentos do mercado, temas relevantes, dúvidas recorrentes, dores do público, concorrentes e oportunidades ainda pouco exploradas. Não buscamos referências para copiar. Buscamos repertório para encontrar o caminho daquele cliente.

TRANSFORMAMOS PESQUISA EM PAUTA

Selecionamos os assuntos que realmente fazem sentido e começamos a transformá-los em ideias, abordagens e roteiros. É aqui que decidimos o que merece ser dito, qual problema aquele conteúdo resolve e que percepção queremos construir.

APROVAÇÃO DOS ROTEIROS

O cliente recebe as propostas antes da gravação e pode validar informações, sugerir ajustes e garantir que aquilo representa corretamente sua atuação. Esse momento evita que questões importantes sejam descobertas apenas quando a câmera já está ligada.

DEFINIMOS COMO A IDEIA VAI EXISTIR

Com o conteúdo aprovado, escolhemos o formato.
Teleprompter ou conversa espontânea?
Estúdio ou ambiente real?
Plano fixo ou movimento?
Entrevista, demonstração, fundo verde, documental ou conversa direta?
Que linguagem de edição faz sentido?
A forma vem depois da ideia.

CAPTAÇÃO

Chega o dia de gravar. Nosso trabalho aqui não é apenas operar equipamentos. É dirigir pessoas. Ajudamos o cliente a entender a fala, respirar, repetir quando necessário, encontrar naturalidade e esquecer, na medida do possível, que existe uma câmera na frente dele. Quanto mais confortável a pessoa estiver, menos o conteúdo parece uma apresentação e mais se aproxima de uma conversa.

EDIÇÃO

Todo o material volta para nós e começa a tomar a forma que foi planejada. Selecionamos falas, construímos ritmo, incluímos imagens de apoio, trilha, textos, recursos gráficos e os elementos necessários para fazer aquela mensagem funcionar como conteúdo. Em produções recorrentes, nosso prazo médio de pós-produção costuma ficar entre 7 e 10 dias, variando de acordo com volume e complexidade.

APROVAÇÃO E AJUSTES

O cliente recebe o conteúdo finalizado e faz suas considerações. Quando uma alteração melhora clareza, informação ou resultado, ela entra no processo. Quando entendemos que determinada mudança pode prejudicar aquilo que foi planejado, explicamos o motivo e discutimos o melhor caminho. Aprovar não precisa significar concordar silenciosamente. Boa produção também depende de diálogo.

ENTREGA E PUBLICAÇÃO

Depois da aprovação final, o conteúdo está pronto para encontrar o público. Dependendo do projeto, nosso trabalho pode continuar na produção de capas, textos, legendas, organização do calendário e gerenciamento dos canais onde esse conteúdo será publicado, seja Instagram, YouTube, Spotify ou outras plataformas.

ESCOPOS E
INVESTIMENTOS
DE REFERÊNCIA

(01)	PARCERIA MENSAL	R\$2500,00
(02)	1 REEL	R\$ 650
(03)	4 REELS	R\$ 1.500
(04)	8 REELS	R\$ 2.300
(05)	12 REELS	R\$ 3.000
(06)	CAPTAÇÃO ATÉ 2H	R\$ 900
(07)	PODCAST ATÉ 30 MIN	R\$ 1.600
(08)	PODCAST ATÉ 60 MIN	R\$ 2.200
(09)	EVENTO / TEASER	a partir de R\$ 1.500
(10)	EVENTO / ESSENCIAL	R\$ 2.500
(11)	EVENTO / COMPLETO	a partir de R\$ 4.000





• **RECBROS**