PEDRO LEITÃO

** planejamento estratégico e direção criativa*

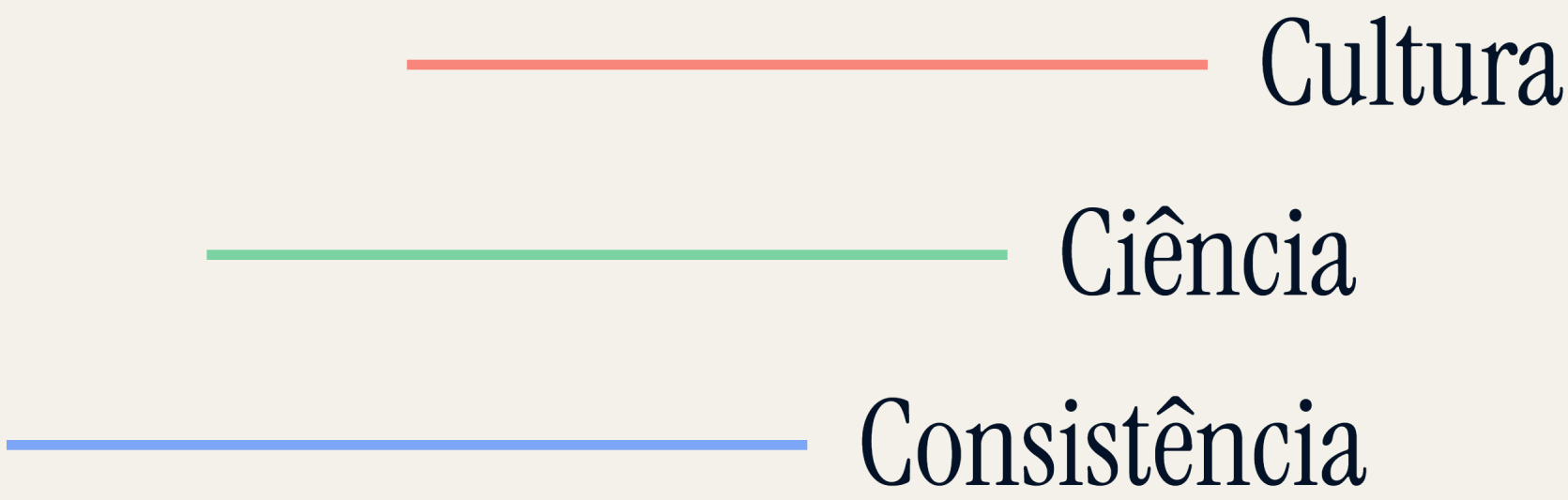
Prazer, *Pedro.*

Um pouco de mim como profissional.



Acredito que boa comunicação se faz com *três linhas*, cada uma complexa à sua maneira e bela por seus desafios.

as três linhas



tc 00:00:08:00

E, claro, uma pitada de *agilidade*: o reels dura um minuto, e a nossa atenção, oito segundos.

Jacques-Louis David, A Morte de Sócrates, 1787



Cultura

tendências e narrativa

Porque marcas que leem o seu tempo falam a língua do público, e é isso que prende a atenção.

Ciência

análise de dados, BI, desk research e social listening

Porque boas decisões nascem de evidência, não de achismo.

Consistência

reputação e processos

Porque reputação se constrói na repetição: processos claros fazem a marca entregar bem, todo mês.



Newton e o prisma

Parece óbvio, *né?*

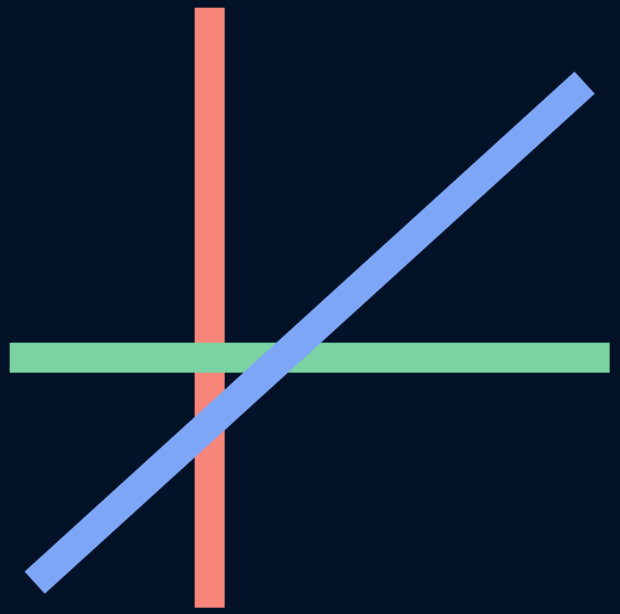
Mas tem **pouca** gente comunicando assim.

de vendas

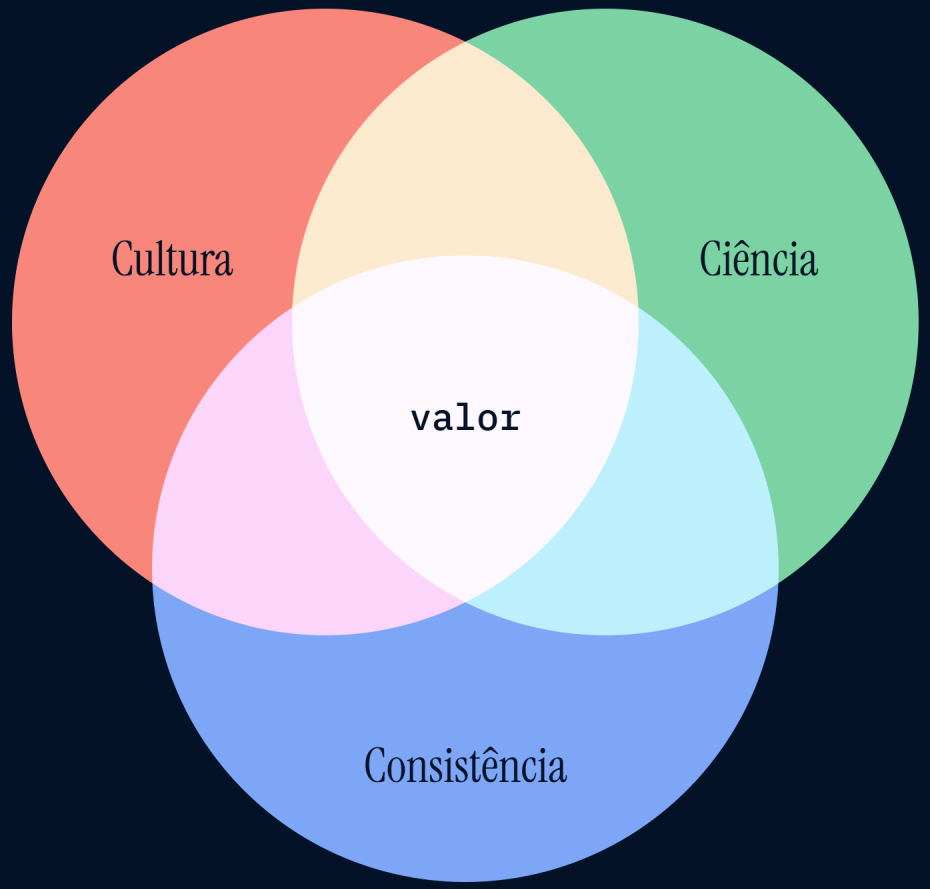
à arte







Essas linhas podem se cruzar, correr em paralelo ou se sobrepor. O importante é que, em cada projeto de comunicação, todas apareçam, nos dando uma ***visão*** para construir mensagens fortes e inteligentes.



Minhas bases

Três linhas, *uma luz*

Cada linha é uma cor de luz. Quando duas se encontram, nasce uma nova cor. Quando as três se somam, a luz fica branca: é comunicação que gera valor.

- cultura + ciência
  tendências com evidência
- ciência + consistência
  processos com IA que funcionam todo mês
- cultura + consistência
  reputação construída com narrativa
- as três juntas
  comunicação que gera valor

E, para ir ao encontro dessa visão, alguns ***valores*** são fundamentais.

Organização

União

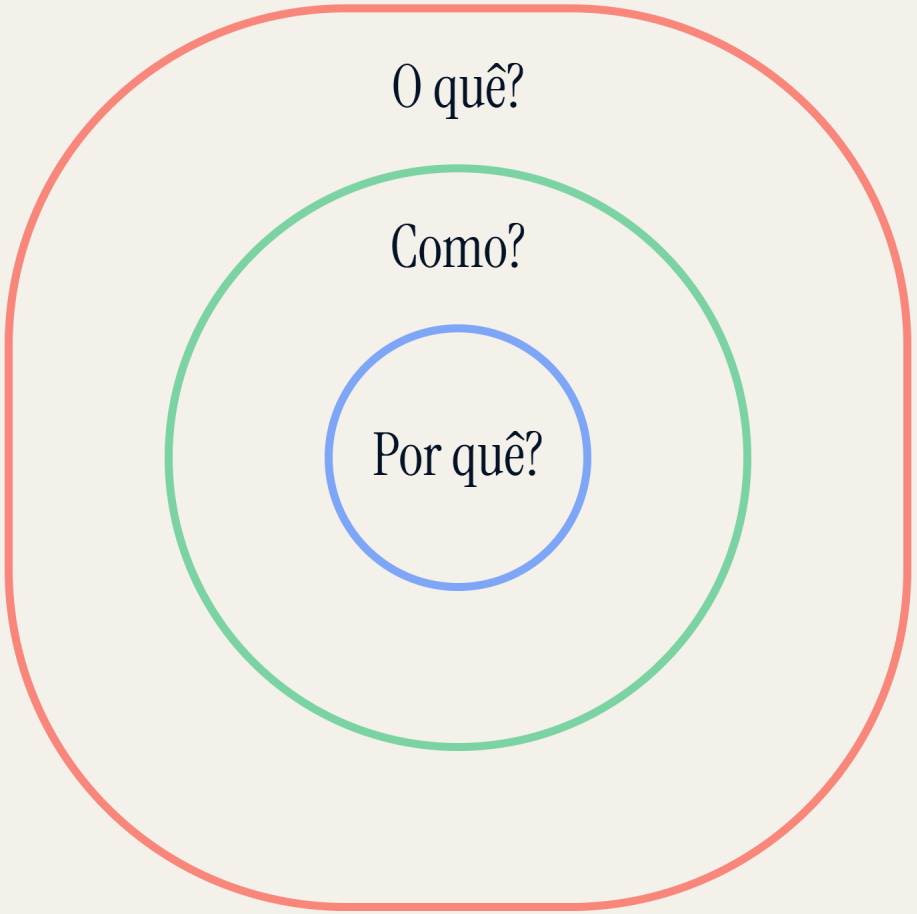
Honestidade

Humildade

Metodologia científica

minha missão

Zelar pela reputação de clientes e parceiros através da comunicação, unindo ciência e tecnologia em prol da criatividade para gerar fortes conexões humanas.



o que eu faço

Planejamento e coordenação de marketing e comunicação.

como eu faço

Planejando e imaginando soluções práticas para trazer à luz do dia ideias e ações que geram conexão.

por que eu faço

Acredito que a criatividade e a comunicação têm o poder de cativar empatia, conectar pessoas e gerar mudanças.

círculo dourado · Simon Sinek



Brasília · DF
+8 anos de mercado

- *Strategy Edge*, Miami AD School
- *Gestão de projetos*, FGV
- *Inovação Estratégica*, FGV
- *Marketing Digital*, ESPM
- *Gestão de Reputação*, FGV

Brand persona

Apaixonado por histórias, encontro no audiovisual o lugar onde me sinto mais confortável para criar. Foi nesse universo que aprendi a importância de um cronograma bem feito e de um planejamento detalhado, sempre colocando em primeiro lugar o respeito pelo conceito criativo.

Adoro uma fofoca aleatória e uma cerveja para unir uma boa conversa. Me considero mais ouvinte, e encontro nessa habilidade uma ferramenta poderosa para liderar e acolher pessoas. Acredito ser importante nos empoderarmos com inspiração, e encontro na arte um lugar para aprender sobre o ser humano e exercitar minha empatia.

Sou um observador e amo unir talentos para criar.

autor de O Ideário · romance, ficção científica

buyer persona

Pra quem *eu falo*

Recrutadores; Empresários; Parceiros

Falo para você, gerente ou dono(a) de agência de marketing e publicidade: pessoas que valorizam o ser humano e enxergam as ferramentas data-driven como pontes para um marketing criativo e assertivo.

Você está sempre pronto para se especializar e descobrir novas oportunidades e, para isso, processos claros e jogo limpo são o seu mantra.

Na busca por um novo colaborador, o LinkedIn surge como ferramenta para conhecer profissionais numa análise cada vez mais digital e científica.

Empresas que *já confiaram*

FSB holding

Pfizer

Ministério da Saúde — Governo Federal — Brasil — União e Reconstrução

mam

Emma

Catupiry

Sestini

cellera farma — Sua saúde, nossa inspiração

Silly George

cicopal

IMEB — Diagnóstico por Imagem e Medicina Nuclear

GEAP

bridgepoint

ÍONZ

e outras

Com quem *já trabalhei*

FSB Holding atual	Ministério da Saúde · Ministério da Agricultura, pela Nexus Inteligência de Dados	Análise de dados, social listening e insights para preservar a reputação institucional
Íonz 2022 – 2024	Emma · Mundo Verde · MAM Baby · Simpar · Sestini · Hidramais · Catupiry · La Basque · Cellera Farma · Silly George · Cicopal · Pfizer · Viva Oftalmologia · BridgePoint	Planejamento de marketing e comunicação; estratégia de conteúdo; SEO
Eixo Digital 2021 – 2022	IMEB · GEAP · CLAF Clínica da Família	Estratégia de conteúdo
InCine Comunicação 2020 – 2026	Campanhas majoritárias e proporcionais em MT e DF	Redação publicitária, produção audiovisual, direção criativa

B2B B2C POLÍTICA CULTURA

case · 2026 · InCine Comunicação · inovação com IA

Uma nova metodologia *de edição com IA*

Candidatos sem awareness pediam volume, e cada vídeo levava de 4 a 5 horas de edição. Enxerguei ali uma oportunidade de inovar: liderei a criação de uma metodologia de edição autônoma com Claude e MCP, desenhei o fluxo e conduzi a equipe na adoção da tecnologia. A IA passou a propor 15 cortes por dia; o time ficou com o que faz diferença: critério e acabamento.

Liderança

conduzi a equipe na virada

Adoção de tecnologia

Orientei o uso de Claude e MCP na rotina da produção audiovisual em massa

Metodologia

desenvolvi fluxo replicável, da captação à curadoria

Inovação

pioneiros em edição autônoma em campanha eleitoral.

[print do fluxo no Claude / MCP]

[opções de corte sugeridas pela IA]

[filme finalizado no ar]

como funciona · edição autônoma

Os cortes chegavam *de manhã*

01
Captação
A equipe de sombra grava o candidato o dia todo.

02
Transcrição
O Claude, via MCP, transcreve todo o material bruto.

03
Leitura narrativa
A IA encontra oportunidades a partir de premissas que a equipe configurou.

04
15 cortes
Durante a noite, o fluxo monta as opções de corte do dia.

05
Curadoria humana
De manhã, a equipe assiste, escolhe e finaliza os melhores à mão.

meu papel

Liderança: identificar a oportunidade e conduzir a equipe · Adoção de tecnologia: criar a cultura para a IA entrar na rotina · Metodologia: desenhar o fluxo e as premissas narrativas · Inovação: manter o olhar humano na escolha final.

B2B B2C POLÍTICA CULTURA

case · 2026 · InCine Comunicação · direção criativa

Zé Humberto · *deputado federal*

Direção criativa e coordenação estratégica da primeira campanha de Zé Humberto (MDB-DF). O desafio: posicionar um candidato de centro sem recall eleitoral prévio.

40 mil

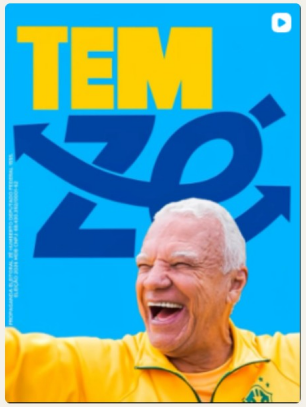
votos no DF e a primeira suplência do partido

ASSISTIR ANÚNCIOS →

VER CAMPANHA →







posts



inserção de TV



reels

B2B B2C **POLÍTICA** CULTURA

case · 2026 · InCine Comunicação · direção criativa

Marcela Passamani · *deputada distrital*

Direção criativa e coordenação estratégica da primeira campanha de Marcela Passamani (MDB-DF). Sem recall eleitoral prévio, conquistou mais de 16 mil votos.

16 mil+

votos e a suplência do MDB na Câmara Legislativa do DF

ASSISTIR ANÚNCIOS →

VER CAMPANHA →









reels



inserção de TV

case · 2020 · InCine Comunicação · redação e audiovisual

Prefeitura de Sinop · *MT*

Redator publicitário e produtor audiovisual na campanha majoritária, com propagandas de TV escritas e produzidas por mim. Motes espalhados pelas ruas e vitória folgada do cliente.

49,1%

dos votos: Roberto Dorner eleito prefeito

ASSISTIR ANÚNCIOS →

VER MATÉRIA →



a vitória



inserção



cobertura do g1

B2B **B2C** POLÍTICA CULTURA

case · 2024 · agência Íonz · planejamento de pauta

MAM Baby · *Agosto Dourado*

Para o Agosto Dourado, a campanha abriu o diálogo sobre amamentar em público, apoiando as mães e reforçando a #maternidadereal — a partir de uma pesquisa que mapeou ansiedades e sentimentos de quem amamenta.

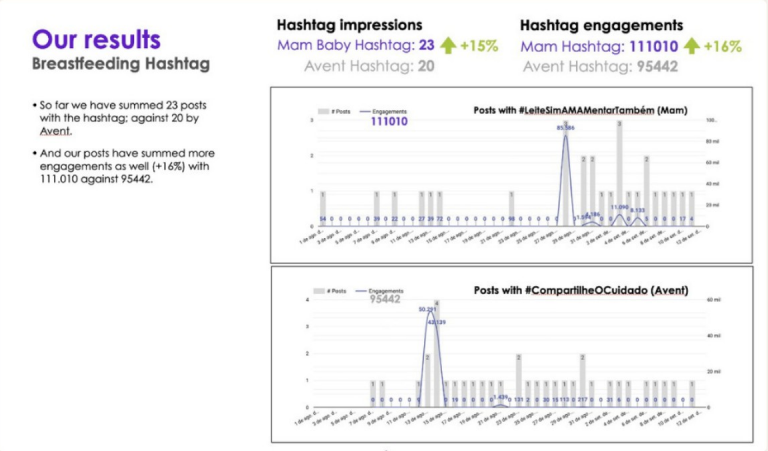
+16%

de engajamento na hashtag frente à concorrente: 111.010 interações

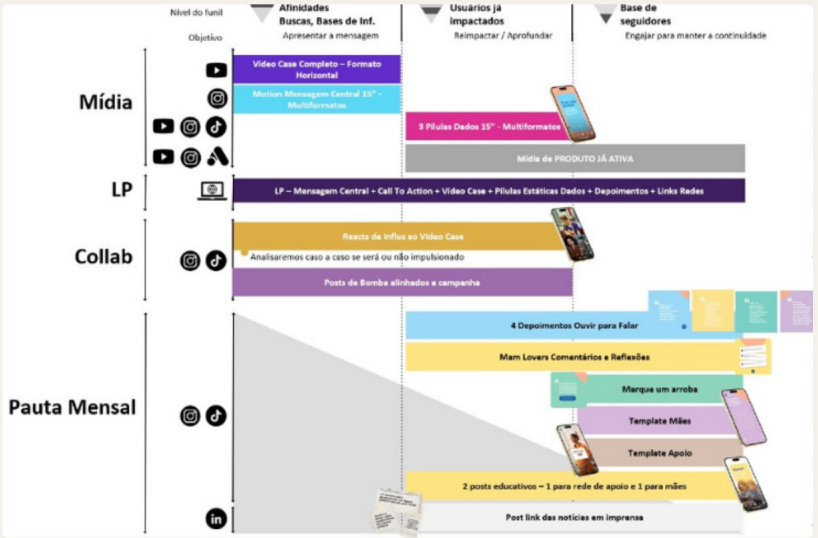
VER CAMPANHA →



post da campanha



resultados



plano de mídia

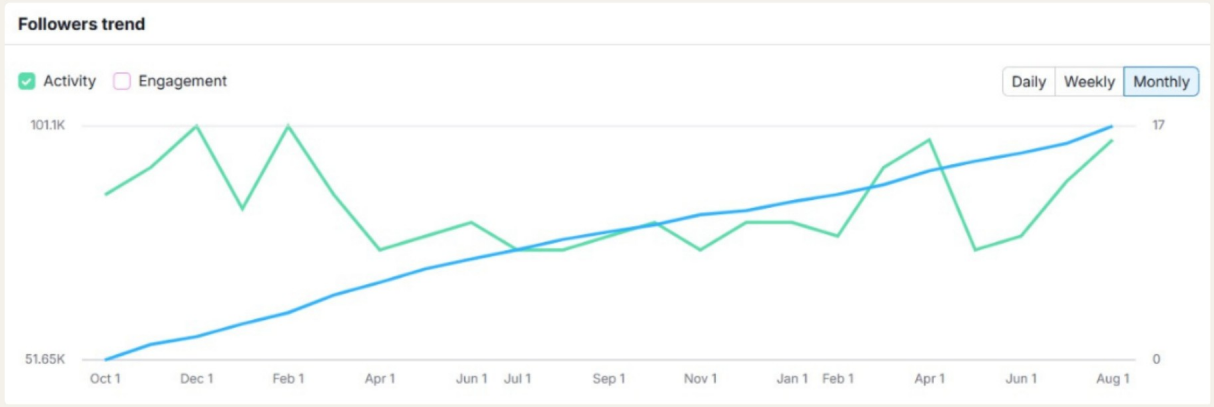
case · 2022 – 2024 · agência Íonz · planejamento de pauta

Hidramais · *posicionamento*

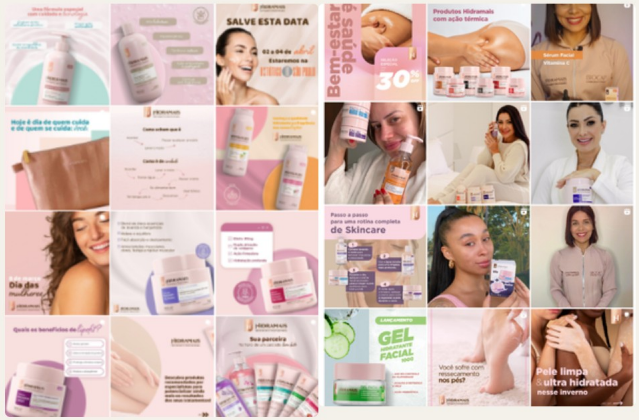
Posicionamento de marca para a linha de cosméticos mais usada por profissionais da área em 2023: always on em social, mais humanização, conteúdo nativo e valor informativo.

+104,6%
de audiência nas redes Meta

+36,8%
de engajamento



crescimento de audiência



DE -> PARA

B2B · B2C · POLÍTICA · **CULTURA**

case · 2024 · curta-metragem · direção e produção executiva

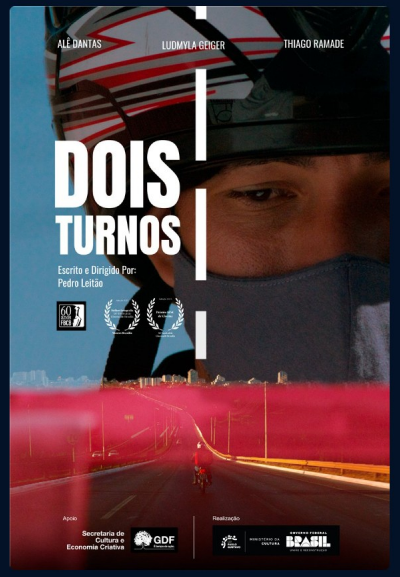
Dois Turnos

Curta financiado pela Lei Paulo Gustavo (DF), com orçamento de 146 mil reais, com gerenciamento do projeto da proposta à tela: planejamento, direção criativa e gestão de recursos, com uma equipe de profissionais da economia criativa do Distrito Federal.

R$ 146 mil
em recursos geridos

30
profissionais contratados

ASSISTIR TRAILER →



Melhor filme; Melhor fotografia.



Premiação no 58º Festival de cinema de Brasília



set



equipe

Direção audiovisual

Do plano *à tela*

Quando a estratégia precisa virar imagem, eu também dirijo: roteiro, set e finalização, com a mesma lógica de planejamento, gestão de projetos e liderança de equipes criativas.

Cinema

Roteiro . Direção . Produção Executiva

publicidade

Branded Content . IA . Product Showcase

VER PORTFÓLIO AUDIOVISUAL →

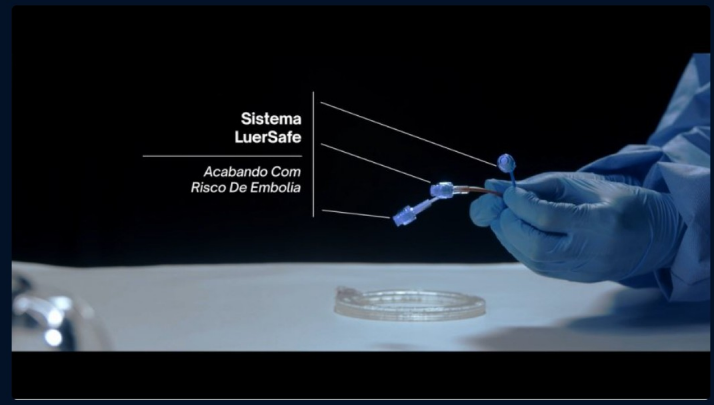




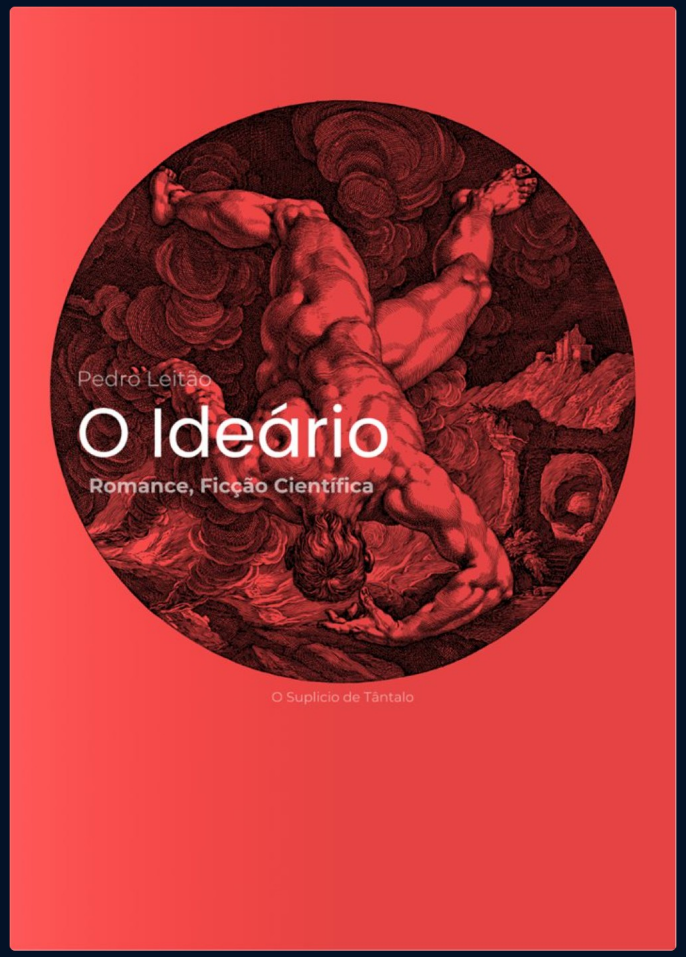








B2B B2C POLÍTICA CULTURA



projeto · literatura · ficção científica

O *Ideário*

Romance de ficção científica financiado pelo FAC para a escrita de uma obra literária original: pesquisa, desenvolvimento e ideia de Pedro Leitão, do primeiro rascunho ao livro.

R$ 80 mil

em recursos do FAC para escrita da obra

PEDRO LEITÃO

** planejamento estratégico e direção criativa*

(61) 99130-7007

mkt.pedroleitao@gmail.com

https://www.linkedin.com/in/mktpedro-leit%C3%A3o/