

← VOLTAR



TikTok na

O infinito começa quando a marca fica de frente com quem cria.

AVISO SOBRE OS CASES

Todos os cases aqui apresentados pertencem às agências citadas e são maiores e mais complexos do que o resumo apresentado aqui. O portfólio reúne cases vencedores de concorrências, trabalhos encomendados sem concorrência ou concorrências “perdidas” mas com projetos que julgo serem interessantes por diferentes razões. Aproveite!

E caso você tenha participado deste case e queira conversar sobre o assunto, [me escreva uma mensagem.](#)

ENTENDI

ANO	CASA	CLIENTE	DISCIPLINA
2023	TM1	TIKTOK	FEIRAS E CONVENÇÕES: VIDCON

← VOLTAR



TikTok na VidCon

O infinito começa quando a marca fica de frente com quem cria.

ANO	CASA	CLIENTE	DISCIPLINA
2023	TM1	TIKTOK	FEIRAS E CONVENÇÕES: VIDCON

CONTEXTO

A marca não comprou o evento. Comprou o encontro.

Na primeira edição brasileira da VidCon, a TikTok entra como apoiadora do evento. O desafio não era ocupar a assinatura principal. Era ficar frente a frente com quem vive de publicar.

Em **7, 8 e 9 de julho**, o São Paulo Expo recebeu um dia dedicado à indústria e dois dias voltados à comunidade.



A SOLUÇÃO

Um espaço para usar, não para assistir

A resposta foi um **lounge próprio de 100 m²** para quem cria: o criador entra, usa as ferramentas da plataforma e sai com conteúdo publicado. Cada ambiente existe para virar vídeo.

TikTok Galaxy

O conceito chega em maio: é o **tema global da marca nas VidCons de 2023**. Baseado na plataforma global, a casa desenvolveu dois conceitos próximos que poderiam ser facilmente adaptados conforme a necessidade conceitual do TikTok.

ESTRATÉGIA

O infinito era o argumento. A camada, a forma.

Três **pontos de vista estratégicos** transformam a plataforma em um território que o criador pode explorar, ocupar e ampliar.

01

O mundo infinito de conteúdo

Energia, expressão e paixão abrem um **mundo infinito de conteúdo** criado pelas pessoas que publicam.

02

A terra infinita de oportunidade

Novas audiências ainda descobrem a plataforma. Para quem cria, isso abre uma **terra infinita de oportunidade**.

03

O poder infinito da criatividade

Ferramentas incorporadas facilitam o uso, entregam resultado e tornam prazeroso experimentar o **poder infinito da criatividade**.

Antes do futuro, cinco camadas inspiradas na obra de Lewis Carroll e Tim Burton.

A ideia não aparece pronta. Ela atravessa sonho, fantasia, jogo e ficção científica até alcançar uma realidade infinita.

01 O buraco do coelho

Lewis Carroll leva Alice a um mundo em camadas pelo buraco do coelho. **Tim Burton** atualiza esse imaginário com fantasia escura e surreal.

02 O sonho já visitado

A inspiração na **VidCon dos Estados Unidos** já havia explorado esse território de sonho. Era preciso ir além.

03 A passagem para outro mundo

Shigeru Miyamoto leva Mario a novos mundos pelo cano verde. **L. Frank Baum**, autor de *O Mágico de Oz*, abre a jornada pela estrada de tijolos amarelos.

04 O futuro entra em cena

A ficção de **Philip K. Dick** e o cinema de **Ridley Scott** encontram synthwave e vaporwave, estéticas dos anos 80 revividas na internet com neon, sintetizadores e cidades noturnas.

05 A realidade infinita

No último degrau, o **sonho vira realidade**. O futuro deixa de ser referência e passa a ser o lugar onde a experiência acontece.



KEY VISUAL E CONCEITO

An abstract graphic featuring multiple layers of flowing, wavy lines in vibrant red and cyan colors. The lines create a sense of depth and movement, swirling and looping across the dark background. The lines are closely spaced, creating a tunnel-like or layered effect.

infiniTik

through the layers

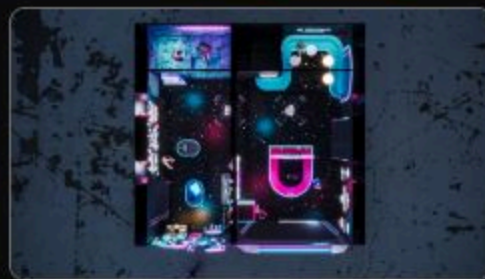
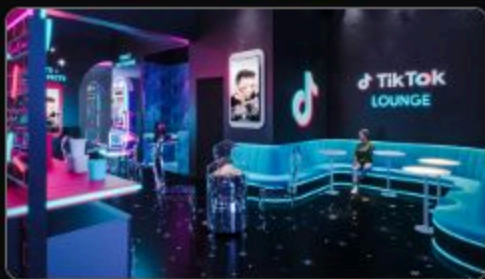
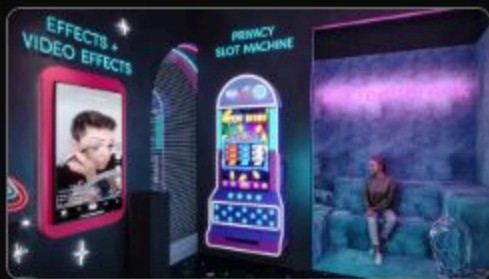


tomvinhal.com

KEY VISUAL: TIKTOK GALAXY

 TikTok
GALAXY





Da fachada ao encontro, uma imersão contínua.

A arquitetura organiza a experiência em **três gestos contínuos**: atrair, atravessar e permanecer.

01 Atrair

A nota em grande escala, as **fitas de LED** e os túneis vaporwave criam pontos montados para vídeo em todas as faces visíveis.

02 Atravessar

O teto em arco e as paredes de conteúdo conduzem a entrada. O **piso preto piano** reflete as imagens e prolonga a profundidade.

03 Permanecer

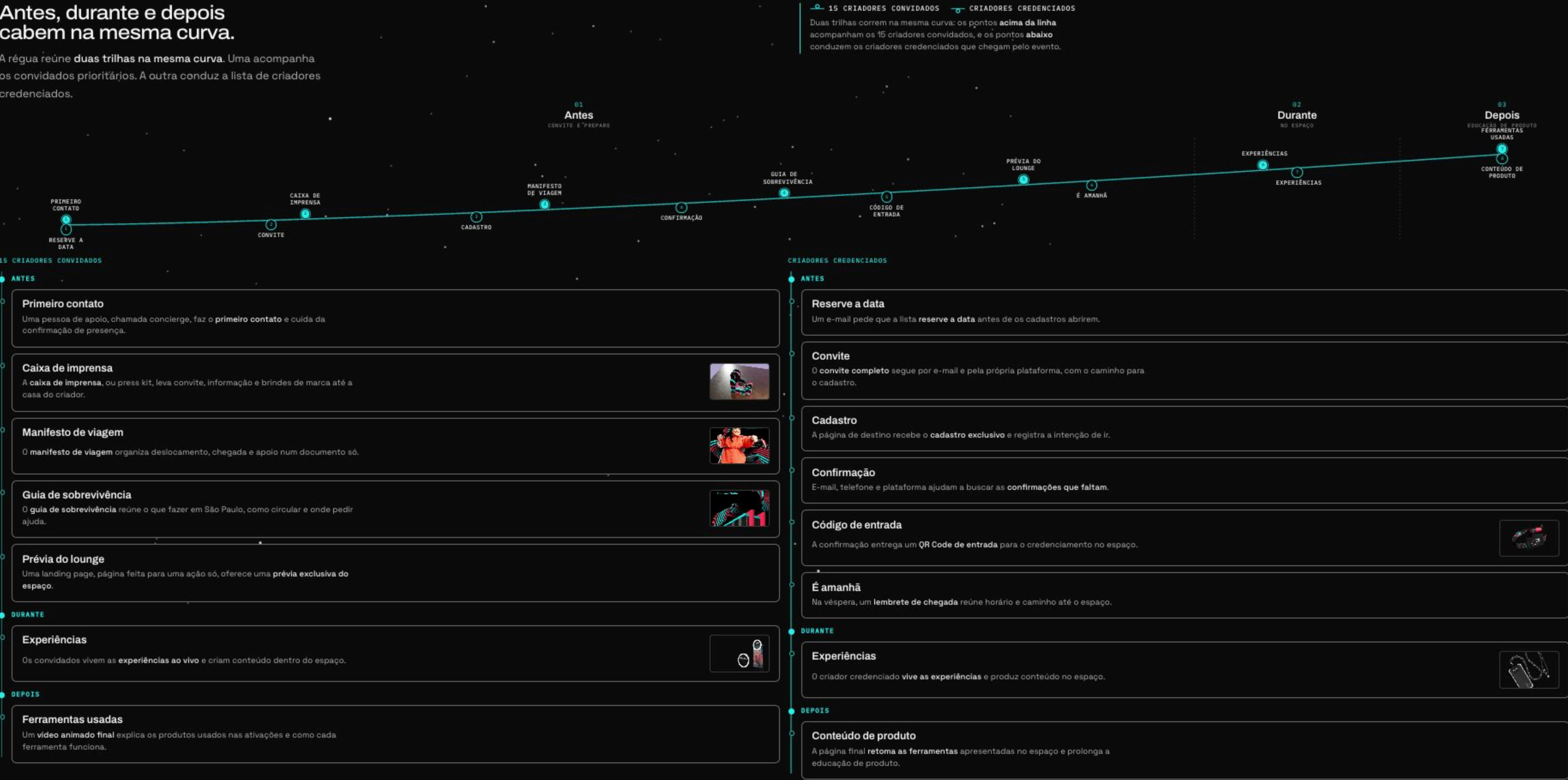
No interior, **doze ambientes** combinam encontro, pausa, alimentação, jogo, produção de conteúdo e edição.



CENOGRAFIA: TIME INTERNO

Antes, durante e depois cabem na mesma curva.

A régua reúne **duas trilhas na mesma curva**. Uma acompanha os convidados prioritários. A outra conduz a lista de criadores credenciados.



Cada ativação coloca uma ferramenta na mão do criador.

Ao conversar com TikTok Galaxy, tema mundial da marca, o projeto desenha uma expressão brasileira e dá nova função às ativações. Cada gesto passa a ensinar **ferramentas reais da plataforma**.

A parede se abre para uma **circulação mais livre**, o lounge ganha assentos e a mini sorveteria ocupa o centro.

INFINITIK

TIKTOK GALAXY

01

Dublar e cantar

Mobile Effect House

A batalha de dublagem e o cante comigo dão lugar à Mobile Effect House, a **ferramenta de criar filtros**, e aos efeitos de voz numa tela gigante.

02

Se arrumar e maquiar

DIY Patchwork Table

O closet e a maquiagem dão lugar a uma mesa de DIY, de do it yourself, **faça você mesmo**, com tecidos e aviamentos para customizar os brindes.

03

Editar no celular

Privacy Slot Machine

A base de encaixe do celular, chamada dock, dá lugar a um caça-níquel que gira **dicas de privacidade** e de gestão de audiência.

04

Jogar na máquina

TikTok Gifts Machine

A máquina de garra vira uma máquina de presentes em que as pelúcias explicam as **ferramentas de monetização**.

05

Descansar

#ScreenBreak

A sala de descanso vira uma área de **bem estar digital**, com a frase Swipe and refresh yourself, deslize e se atualize, na parede do recuo.

06

Registrar o lugar

Locations Wall

A parede de foto vira uma **parede de localizações**, com um ícone para cada estado e o convite a marcar o lugar na própria ferramenta.

EVOLUÇÃO

Cada ativação coloca uma ferramenta na mão do criador.

Ao conversar com TikTok Galaxy, tema mundial da marca, o projeto desenha uma expressão brasileira e dá nova função às ativações. Cada gesto passa a ensinar ferramentas reais da plataforma.

A parede se abre para uma circulação mais livre, o lounge ganha assentos e a mini sorveteria ocupa o centro.

INFINITIK

TIKTOK GALAXY

01

Dublar e cantar

Mobile Effect House

A batalha de dublagem e o cante comigo dão lugar à Mobile Effect House, a ferramenta de criar filtros, e aos efeitos de voz numa tela gigante.

02

Se arrumar e maquiar

DIY Patchwork Table

O closet e a maquiagem dão lugar a uma mesa de DIY, de do it yourself, faça você mesmo, com tecidos e aviamentos para customizar os brindes.

03

Editar no celular

Privacy Slot Machine

A base de encaixe do celular, chamada dock, dá lugar a um caça-níquel que gira dicas de privacidade e de gestão de audiência.

04

Jogar na máquina

TikTok Gifts Machine

A máquina de garra vira uma máquina de presentes em que as pelúcias explicam as ferramentas de monetização.

05

Descansar

#ScreenBreak

A sala de descanso vira uma área de bem estar digital, com a frase Swipe and refresh yourself, deslize e se atualize, na parede do recuo.

06

Registrar o lugar

Locations Wall

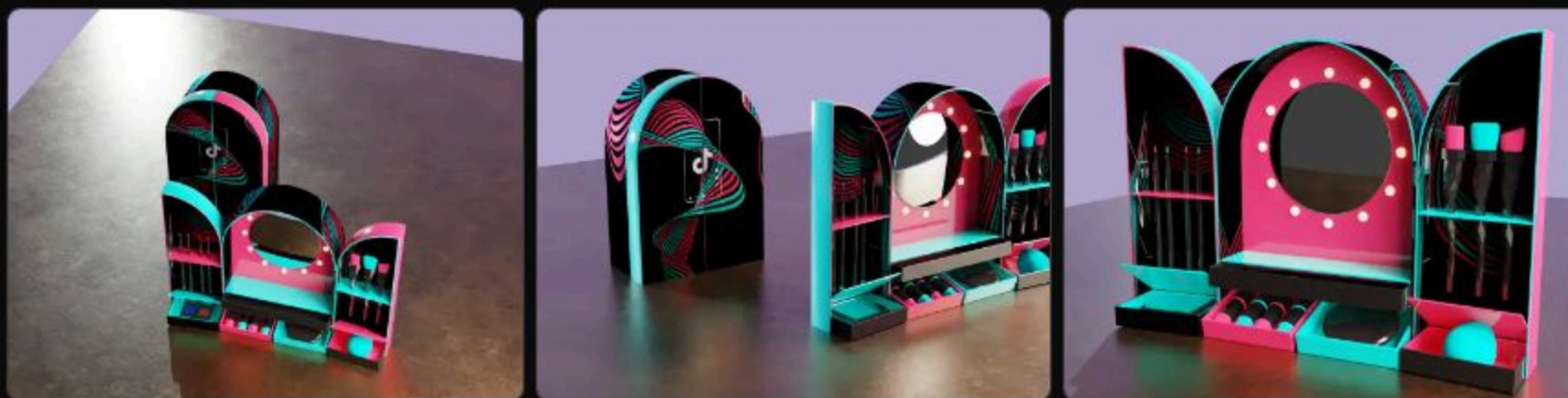
A parede de foto vira uma parede de localizações, com um ícone para cada estado e o convite a marcar o lugar na própria ferramenta.

BRINDES

O vínculo também cabia na mão.

Os **brindes de marca**, também chamados de swags, prolongam a experiência em dois momentos.

ANTES



Caixas temáticas de sorvete, jogos, produção de conteúdo, cozinha, coquetelaria e maquiagem. Cada caixa ia **pronta para virar conteúdo**: era só abrir e transmitir no TikTok. Antes delas, o press kit levava o convite, a pulseira de acesso e meias customizadas.

DURANTE



Presentes ligados às ativações incluem gorro e luvas, tiaras, cadarços neon, luz em anel de bolso e suporte de celular.

Experiência também nasce mensurável.

Um OKR, objetivo com resultado a medir, organiza três frentes. Cada uma recebe **indicadores de desempenho**, ferramentas de medição e responsáveis diretos.



Presença física

As ferramentas do espaço medem quem entra, quem é e o que leva. O foco é a **qualidade da presença**.

- Visitantes e perfil
- Lembrança de marca
- Índice de satisfação
- Giro das ativações
- Distribuição de brindes

MEDIDO PELAS FERRAMENTAS DO ESPAÇO



Educação de produto

O time de dados acompanha o que as pessoas passam a conhecer e a experimentar. O foco é o **uso das ferramentas**.

- Ferramentas de monetização
- Efeitos e efeitos de voz
- Recursos de privacidade

MEDIDO PELO TIME DE DADOS DA MARCA



Retorno comercial

O time comercial acompanha o que a presença gera de negócio. O foco é a **conexão com negócio**.

- Parcerias fechadas
- Receita de parcerias

MEDIDO PELO TIME COMERCIAL DA MARCA

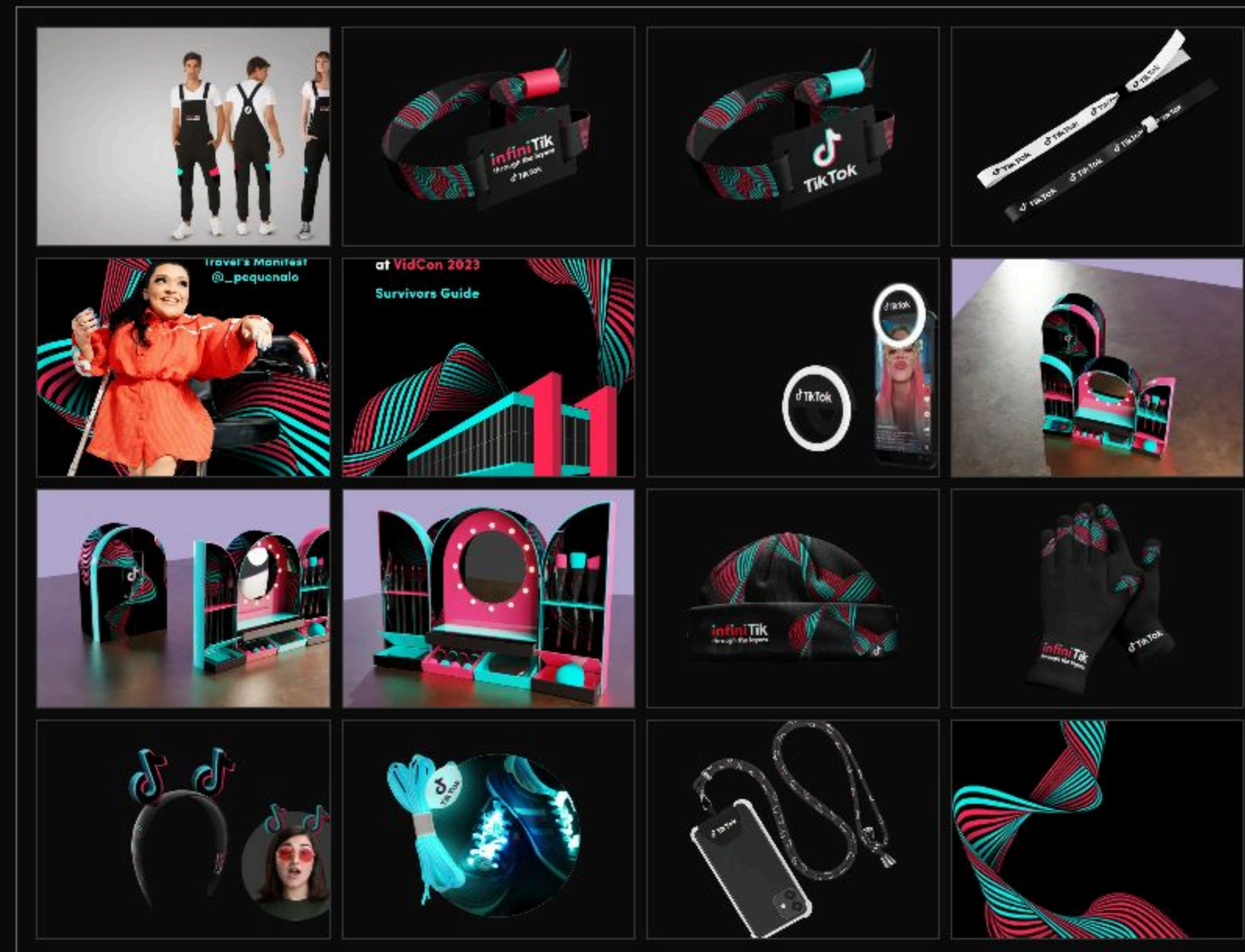
O projeto, peça por peça

O **acervo completo** reúne a identidade visual, os renders do espaço, as peças de comunicação, os brindes e os registros da feira na ordem do projeto.



O projeto, peça por peça

O **acervo completo** reúne a identidade visual, os renders do espaço, as peças de comunicação, os brindes e os registros da feira na ordem do projeto.



O projeto, peça por peça

O **acervo completo** reúne a identidade visual, os renders do espaço, as peças de comunicação, os brindes e os registros da feira na ordem do projeto.



ESCALA

Um encontro desenhado para ganhar escala.

Os números do projeto representam **capacidade desenhada**, não resultado. A escala da feira aparece separada, como contexto.

CAPACIDADE DO PROJETO

100 m²

Área do lounge dos criadores.

1.600

Pessoas **por dia** de capacidade.

80

Pessoas **ao mesmo tempo**.

15

Criadores convidados para a trilha prioritária.

160

Pessoas **por hora** de capacidade.

3

Dias de feira, de 7 a 9 de julho.

CONTEXTO DA FEIRA

Cerca de 9 mil

Público total da feira nos três dias.

Mais de 70

Painéis na programação da feira.

Mais de 200

Talentos reunidos pela feira.