

SUPERCENAS



Marcello Queiroz mqueiroz@propmark.com.br



Chico Baldini, chief relationship officer da W3haus, pedala em deserto dos Estados Unidos, na cidade temporária chamada Black Rock City, durante o Burning Man

LUZ, CÂMERA, PAGAMENTO!

A Apro (Associação Brasileira da Produção de Obras de Audiovisual) quer agendar reuniões com executivos de grandes anunciantes para discutir os problemas com os longos prazos de pagamento. O primeiro da lista é a Ambev.

NO DESERTO, SEM DINHEIRO E COM AMOR

Chico Baldini, o chief relationship officer da W3haus, voltou semana passada para São Paulo de sua quarta experiência “consecutiva” no Burning Man. O festival-evento-encontro reúne cerca de 70 mil pessoas durante oito dias em uma cidade temporária chamada Black Rock City, em um deserto nos Estados Unidos. Chico conta que, a cada ano, mais experiências tecnológicas se mesclam ao “universo surreal” da tal cidade. “Lá, vivemos uma sociedade experimental, numa economia que não tem dinheiro e todos estão realmente predispostos a viver com mais amor.”

DM9 COM BIG DATA

A DM9DDB vivencia mais duas letras “D” com seu novo posicionamento de mercado: *Data-Driven*. Paulo Cesar Queiroz, um dos copresidentes da agência, ao lado de Alcir Gomes Leite, sintetiza que a novidade “vai oferecer insights com maior autoridade”. Segundo ele, cada vez mais os anunciantes precisam de “certeza” nos investimentos. “Vamos unir criatividade em mídia de massa com os detalhes de estratégias dos dados one to one”, diz Queiroz.



O diretor de cena João Caetano Feyer e o maquinista Alexandre Fidelis, da Hungry Man: filme para Y



O britânico Bear Grylls em salto de paraquedas para mostrar nova tecnologia da Land Rover

AVENTURA LAND ROVER

O britânico Bear Grylls, que pratica esportes de aventura e é cliente da Land Rover, participou de uma ação promocional para a marca de automóveis. Em pleno salto de paraquedas, ele aciona o sistema Intelligent Seat Fold, que permite configuração de assentos de forma remota no novo Discovery. O carro será lançado dia 28, no Salão de Automóvel de Paris.

YOUSE NA MÍDIA

Agora full service, a agência Ana Couto Branding criou campanha para Youse Seguros. Filme gravado em agosto aproveitou uma intervenção artística realizada em São Paulo com os coletivos Roupas Livres, Acolab e Coletores e o cantor Curumin. A produção é da Hungry Man, com direção de cena de João Caetano Feyer.

ENFRENTANDO CRÍTICAS – COM ÓCULOS

Com a participação do jornalista Marcelo Tas, da pesquisadora Rita Wu, do músico Lucas Theodoro e da artista plástica Negahamburger, a Ray-Ban lança no Brasil a campanha *Face Critics*, criada pela F.biz. Trabalho conta com um filme de um minuto que estreia no cinema dia 15 e com minidocumentários que serão exibidos no YouTube. Também há ações em redes sociais e pôsteres para pontos de venda. Os personagens contam como enfrentam desafios e críticas. A campanha destaca uma linha de óculos de grau da marca e foi desenvolvida com a participação de Pedro Octaviano, gerente da marca Ray-Ban para o Brasil; Felipe Avila, diretor de negócios da F.biz para Luxottica; Rodrigo Senra, diretor-executivo de criação da F.biz; Andre Batista, diretor de arte; e Guilherme Jahara, CCO da agência. A produção é assinada pela Alice Filmes, com direção de cena de Felipe Mansur.

PUBLICIDADE MUNDIAL

Investimentos globais em mídia vão aumentar 4,4% neste ano, atingindo US\$ 548,2 bilhões. Estimativa é da rede Carat

ESTADOS UNIDOS

O maior mercado do mundo terá crescimento de 5% em 2016, também segundo a Carat. Só com as eleições presidenciais, volume extra será de US\$ 7,5 bilhões

LIVROS IMPRESSOS

Estudo do Pew Research mostra que uso de tablets e smartphones para ler livros aumentou de 5% para 11% nos últimos cinco anos. Mas, preferência por papel se mantém em 65%, a mesma de 2012

FACEBOOK

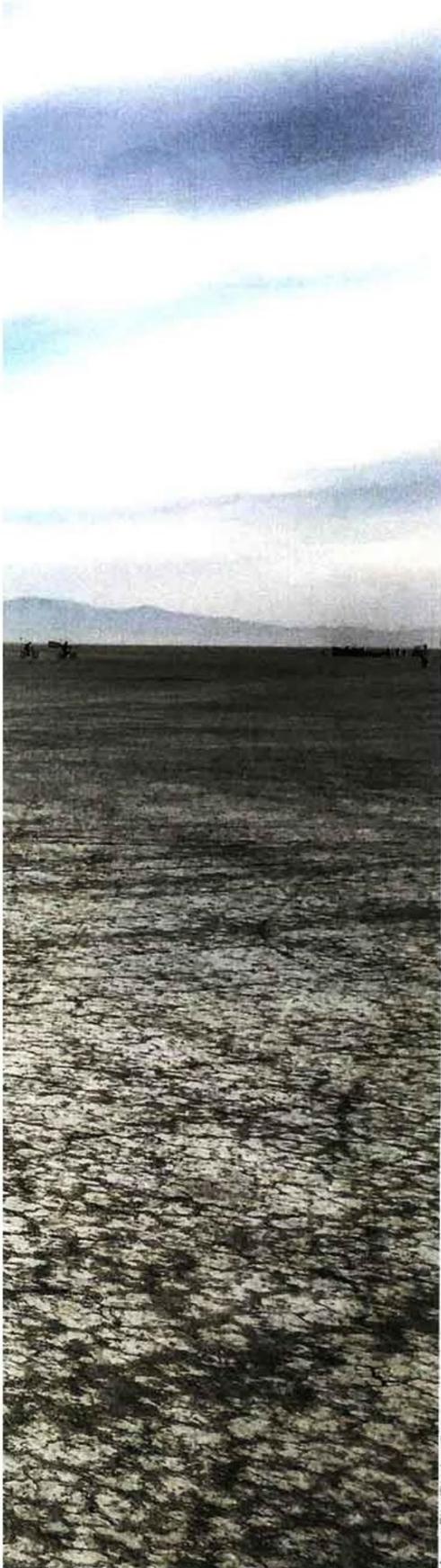
Ele foi associado a censura e abuso de poder depois de suspender conta de um norueguês que postou uma foto icônica da Guerra do Vietnã. O caso virou buzz internacional que reverteu a decisão da rede social

APPLE

Ela foi criticada por analistas de tecnologia e inovação por ter eliminado saída de fone de ouvido do novo iPhone 7

SHOPPING CENTERS

No Brasil, eles tiveram uma redução de 2,5% no fluxo de pessoas em agosto, segundo um estudo do Ibope



Marcelo Tas, sentado, com Pedro Octaviano, Felipe Avila, Rodrigo Senra, Andre Batista, Guilherme Jahara e Felipe Mansur; Ray-Ban