

# MONDO CANNES

**Mondo Cannes** é uma publicação interna do Hub de Criação para a equipe ACBD.



**Danilo Cid**, nosso correspondente internacional, envia notícias fresquinhas do jet set do design.

EXCLUSIVE NEWS TODAY

## 21 DE JUNHO

### CURTINHAS

Nas palestras do 1º dia no #canneslions fiquei com a sensação de que não há nada de muito novo por aqui. De fato, não é a informação em si, mas sim como as pessoas a editam com uma visão particular, com seu conhecimento.

A primeira coisa que fiz ao chegar aqui foi olhar os 1293 trabalhos de design inscritos. Quando se vê tantos trabalhos assim, a partir do centésimo você já olha como um fiscal da prefeitura anestesiado. O que chama a atenção, então, são as coisas mais simples, contundentes e rapidamente entendidas. Meio um 10, 3, 1 da Procter.

Entre os trabalhos brasileiros, nada me chamou muito a atenção. Temos menos inscrições que no ano passado, mas ainda é um número altíssimo de trabalhos que, na maioria das vezes, não parecem bem apresentados. Fica a sensação de que estamos patrocinando isto aqui, mas ainda não sabemos jogar direito.

### PORN, PIRACY, PEOPLE, PURPOSE

Dr Rapaille já dizia: quando você vê uma coisa uma vez, é uma referência, na segunda, torna-se um padrão e na terceira, uma tendência. Fica mais interessante quando rola um disruptive feelings, em que o consultor de criatividade @simonmainwaring, que trabalhou anos para a Nike, acrescenta 4 P's e diz que na web:

**PORN is shaping de content**  
aumento do apelo aos sentidos

#### PIRACY the distribution

redes sociais como mídias consolidadas

#### PEOPLE the communities

pessoas como protagonistas

#### PURPOSE the brands

marcas com propósito = valor da Marca  
Ainda segundo @simonmainwaring, "Purpose is the future of profit". E como diz nosso cliente, Marcos Lutz, profit é o oxigênio das empresas... façam as contas.

[siga @simonmainwaring no Twitter]

### A elegante **Susanna Kempe**, CEO da WGSN,

em voz calma, deixa algumas pérolas do tipo: "Farm é a palavra mais usada no Facebook", que aponta uma tendência de comunidade cada vez mais forte. Acrescenta que o ser humano não consegue processar a overdose de informações do Facebook e que as pessoas vão preservar só o que é importante.

Alguns main statements da CEO:

#### Future is now

Se as Marcas não se posicionarem, as pessoas as posicionarão por elas.

#### Lightening the load

Só o que é importante e relevante para as pessoas será armazenado.

#### Exploring the awkward

Para sair da mesmice.

#### Beauty Triumphy

Só as coisas com processo criativo e produtivo realmente apurado sensibilizarão as pessoas.

“Se as Marcas não se posicionarem, as pessoas as posicionarão por elas.”

#### Sugestão de vídeos:

<http://www.youtube.com/watch?v=e0m4-4xkr1Y>

<http://www.youtube.com/watch?v=l9xW94J7bzM&feature=related>