

# 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

## 24 DE JUNHO

### CURTINHAS

#### Life on a live stage

De Leo Burnett, onde defenderam a visão de que nossas ações têm que ser *functional live*. Interessante case do Fiat Doblò – *one thing leads to another* com os cartunistas. <http://www.congado.net/2009/fiat/doblo/website/en/>

#### Favorita ao Agency of the Year,

Almap tem 15 Leões. Brasil já soma 54 Leões.

#### Whopper face é a campanha

brasileira mais comentada e mais premiada. <http://www.youtube.com/watch?v=LBvtANapQwU>

### 10 NEW CONTEXTS THAT YOU HAVE TO MIND:

- 1 INFORMATION
- 2 TRANSACTION
- 3 PARTICIPATION
- 4 CONVERSATION
- 5 APPLICATION
- 6 LOCATION
- 7 DIVERSION
- 8 AGGREGATION
- 9 VISUALIZATION
- 10 INTERRUPTION

## NO COLOR IS THE NEW BLACK!!!



O dia começou intenso com a palestra da Silvia do Team Creative. Ela criticou o *short list*, não pela qualidade dos trabalhos, mas pela falta de representação de mais da metade do *design world*, falando especificamente do tipo de design como propulsor de negócios para *big companies*. Achou que faltou uma visão mais coesa para a edição.

Não pude deixar de perguntar o que ela faria se fosse a consultora de branding da BP neste momento. Após pausa para refletir, disse que é meio louca, mas indicaria que a BP trocasse suas cores, preto e branco, e trocasse o *tagline* para “we’re sorry” até que a situação fosse contornada.

Encarar o problema de frente tem sido uma tendência também – vide Domino’s da Publicis. <http://www.youtube.com/watch?v=AH5R56jJLag>



## “And there’s new context every day”



## COCA-COLA

Falando especificamente da iniciativa da Copa de 2010, a busca por uma história verdadeira com um universo visual otimista, contemporâneo e africano trouxe um jovem compositor somali e sua música *Waving Flag*. Uma história triste de exílio e uma composição de contexto universal.

No final, três insights:

- 1- *There’s no short cut to a big idea*
- 2- *Collaboration make better*
- 3- *Only authenticity can be scaled – authentic is complementary to scale*

## FACEBOOK

O que você vai querer ser quando crescer?

Essa foi a bem-humorada pergunta que iniciou a entrevista do CEO de 26 anos do Facebook, Mark Zuckerberg. Celebridade aqui em Cannes, ganhou um *young media* Lion. Falou sobre sua visão (de que viver *sharing* suas coisas com amigos é mais bacana, daí a ideia do Facebook), sobre a definição do negócio Facebook e sobre ser representante da primeira geração que cresceu em um mundo online. Ele, de fato, parece aquele CDF que todo mundo gosta.

