



Com 18 peças, Escala é destaque no Show Up Sul

Agência lidera ranking, seguida pela JWT de Curitiba e Propaganda Futebol Clube

Arthur Quezada

A edição deste ano do **Show Up – O Melhor da Propaganda**, realizado pelo **Meio & Mensagem Regional Sul**, registrou 217 peças inscritas, por 18 agências locais. Desse total, 47 foram de TV, 33 de Rádio e 137 de Mídia Impressa.

A Escala foi a agência que mais se destacou na edição deste ano. A empresa emplacou nada mais, nada menos, que 18 peças. Deste montante foram sete peças de Mídia Impressa; quatro spots e sete comerciais de TV.

A segunda colocada JWT conseguiu emplacar

seis trabalhos. A agência assegurou seis peças, com dois anúncios; três filmes e um spot. Já a Propaganda Futebol Clube garantiu no Show Up apenas uma peça: a ação de rádio para o curso de português da escola Monteiro Lobato.

As inscrições para participar da avaliação são **gratuitas** e podem ser feitas por meio do site **www.mmonline.com.br/showup**. O número de peças por agências é limitado de acordo com a categoria. São, no máximo, 15 trabalhos para Mídia Impressa, cinco para Rádio e dez para TV.

Vale lembrar que a ideia principal do Show Up é incentivar, reconhecer e apresentar ao mercado nacional as melhores peças criadas nas diversas regiões durante o ano, segundo o critério de cada um dos jurados. É uma das vitrines de maior visibilidade nacional para a publicidade regional. O Show Up – O Melhor da Propaganda não é um prêmio publicitário. Trata-se de uma ação do **Meio & Mensagem** para valorizar o trabalho criativo produzido fora do eixo Rio – SP.

Perfil dos jurados

Alexandre Ravagnani

Formado em design gráfico em Londres e em publicidade e propaganda em São Paulo, com 15 anos de experiência em criação em propaganda, trabalhou em diversas agências, como Wunderman e DPZ e na Editora Abril. Atualmente é vice-presidente de criação na Sunset Comunicação (SP), agência de marketing de relacionamento do Grupo ABC.

Benjamin Azevedo

Formado em publicidade pela Universidade Federal de Pernambuco e graduado na Central Saint Martin de Londres, Benjamin Azevedo já está a mais de dez anos no mercado publicitário. Com passagens pelo Grupo Newcomm e a agência de comunicação Duda Mendonça, Azevedo hoje é sócio da RGA Comunicação, empresa que atende importantes contas em Pernambuco, como governo do Estado e prefeitura de Recife.

Glauco Lima

Formado em comunicação social pela Universidade Federal do Pará em 1984, atua em criação, redação e planejamento publicitário desde 1985, tendo

atuado em diversas agências de Belém-PA, São Luís-MA e Fortaleza-CE. Também atua na área de marketing político-eleitoral já tendo participado de campanhas nestes três Estados.

Julio Alves

O executivo é vice-presidente de criação do grupo Stetik Group e diretor de produto da ProBrasil Propaganda (MG). Possui mais de 20 anos de experiência no mercado publicitário e atua na área de criação com foco em inovação estratégica para produtos e serviços de publicidade. Também é designer formado pela UEMG e especialista em design gráfico pela UIA (Università Internazionale dell'Arte – Florença, Itália).

Luiz Roberto Campos da Cunha

É graduado em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal do Espírito Santo. Após 17 anos de experiência no atendimento a clientes públicos e privados, fundou em julho de 2003, a Danza Estratégia & Comunicação. É vice-presidente do Sindicato das Agências

de Propaganda do ES (Sinapro-ES) e presidente e diretor executivo responsável pelo gerenciamento da Danza.

Marcelo Giannini

Marcelo Giannini é diretor de criação da Loja Comunicação, agência que fundou há dois anos. Com mais de 20 anos de atividade, com passagens por grandes agências multinacionais, é hoje um dos profissionais de criação mais premiados a atuar no mercado carioca. Tendo conquistado os mais importantes prêmios nacionais e internacionais, destacando quatro Leões em Cannes, já marcou presença no júri de diversos festivais, incluindo no de Cannes.

Mauro Dorfman

Tem 25 de comunicação. Designer, diretor de arte e diretor de criação reconhecido em inúmeras premiações, é sócio-fundador da Dez Propaganda, onde atualmente ocupa a função de presidente, respondendo pelas atividades da agência em São Paulo e Porto Alegre.

TELEVISÃO TELEVISÃO TELEVISÃO TELEVISÃO TELEVISÃO TELEVISÃO TELEVISÃO

A campanha da 91 Rádio Rock exalta os sons tocados na emissora, que sempre valorizam o rock. No filme, uma tela preta segue junto com um rock tocando de fundo, até que aparece a imagem da banda que faz o som e o comercial finaliza com a frase: "Rock, melhor ouvir do que ver".

Título: "Motley Crue"

Anunciante/Produto: 91 Rádio Rock/Institucional

Agência: JWT

Criação: Artur Lipori e Caro Rebello

Direção de criação: Mario D'Andrea e Fabio Miraglia

Produtora/filme: JWT

Direção/filme: Caro Rebello e Artur Lipori

Produtora/som: JWT

Aprovação/cliente: Aldo Malucelli,
Carlos Gomes e Ricardo Schneider

A ação da 91 Rádio Rock, feita pela JWT, faz apologia direta ao rock. O filme traz uma tela preta acompanhada com uma música da banda "Queen", logo depois a imagem do clip aparece acompanhada pela frase: "Rock, melhor ouvir do que ver".

Título: "Queen"

Anunciante/Produto: 91 Rádio Rock/Institucional

Agência: JWT

Criação: Artur Lipori e Caro Rebello

Direção de criação: Mario D'Andrea
e Fabio Miraglia

Produtora/filme: JWT

Direção/filme: Caro Rebello e Artur Lipori

Produtora/som: JWT

Aprovação/cliente: Aldo Malucelli,
Carlos Gomes e Ricardo Schneider

Fotos

Com a assinatura "São as crianças que vão melhorar o mundo" a campanha HSBC, criada pela JWT, enfatiza a educação dos jovens voltada para o meio ambiente. O filme mostra a cidade com vários elementos da natureza feitos por brinquedos tipo "lego" simbolizando essa perspectiva.

Título: "Lego"

Anunciante/Produto: HSBC/Instituto
HSBC Solidariedade

Agência: JWT

Criação: Sérgio Takahata,
Fabio Miraglia e Rafael Mattioli

Direção de criação: Mario D'Andrea
e Fabio Miraglia

Produtora/filme: CINE

Direção/filme: Felipe Figueiredo

Produtora/som: Lua Nova

Aprovação/cliente: Marcelo Velloso e Heloisa Souza

Foto

A ação do Colégio Anchieta, desenvolvida pela agência Escala, mostra o tipo de ensino praticado pela instituição. A campanha enfatiza que o ensino não pode ser apenas voltado para os livros e sim voltado para formar alunos para vida.

Título: "Entrevista"

Anunciante/Produto: Colégio Anchieta/
Matriculas

Agência: Escala

Criação: Marcelo Vaccari e Juliano Faerman

Direção de criação: Eduardo Axelrud
e Régis Montagna

Produtora/filme: Zeppelin

Direção/filme: Rogério Souza

Produtora/som: Voicez

Aprovação/cliente: Ana Claudia Klein

A campanha das Lojas Renner apresenta o ponto de vista das crianças para o Dia das Mães. O filme mostra que, se as coisas fossem feitas do jeito dos pequenos, mães e filhos não se desgrudariam nesse dia especial.

Título: "Dia das Mães – Minha Menina"

Anunciante/Produto: Lojas Renner/Lojas Renner

Agência: Escala

Criação: Gustavo Spanholl, Jacques Fernandes e Magali Moraes

Direção de criação: Eduardo Axelrud e Régis Montagna

Produtora/filme: Conspiração Filmes

Direção/filme: Mini Kerti

Produtora/som: Voicez

Aprovação/cliente: Luciane Franciscone e José Galló

A ação das Lojas Renner, desenvolvida pela Escala, destaca de uma maneira divertida uma situação do dia a dia. No filme uma mulher explica que, se as coisas fossem do jeito dela, o happy hour do marido iria mudar de lugar. Isso porque com a nova coleção de calcinhas da marca o marido preferiria ficar em casa a no bar.

Título: "Tempo de Mulher II – Happy Hour"

Anunciante/Produto: Lojas Renner/Lojas Renner

Agência: Escala

Criação: Gustavo Spanholl e Jacques Fernandes

Direção de criação: Eduardo Axelrud e Régis Montagna

Produtora/filme: Zeppelin Filmes

Direção/filme: Lô Politi

Produtora/som: Voicez

Aprovação/cliente: Luciane Franciscone e José Galló

Foto

Foto

A Unisinos traz uma campanha comemorativa enfatizando os 40 anos da empresa. O comercial, feito pela Escala, aborda os benefícios e a seriedade que a companhia apresenta em tudo o que ela oferece.

Título: "40 anos"

Anunciante/Produto: Unisinos/Unisinos

Agência: Escala

Criação: Fernando Schllkmann e Reginaldo Pujol Filho

Direção de criação: Eduardo Axelrud e Régis Montagna

Produtora/filme: Cápsula

Direção/filme: Cláudio Catota

Produtora/som: Lado B

Aprovação/cliente: Samuara Tabasnik e Rogério Delanhesi

Foto

O jornal *Zero Hora* destaca nesta ação, idealizada pela Escala, a excelência dos serviços de anúncios da publicação. No filme, um carro simples é transformado em um automóvel gigante que surpreende a cidade inteira, finalizando com o mote: "Quer destaque para a sua oferta, anuncie no ZH Classificados".

Título: "Carro"

Anunciante/Produto: Zero Hora/Zero Hora

Agência: Escala

Criação: Gabriel Jardim e Saulo Barbosa

Direção de criação: Eduardo Axelrud e Régis Montagna

Produtora/filme: Estúdio Makako

Direção/filme: André Silva e Lucas Flores

Produtora/som: Voicez

Aprovação/cliente: Gabriela Brunelli

Foto

Na campanha do *Zero Hora*, os classificados do jornal é o destaque. No comercial, intitulado casa, uma pequena moradia acaba se tornando enorme por conta do espaço que a publicação disponibiliza dentro da sessão.

Título: "Casa"

Anunciante/Produto: Zero Hora/Zero Hora

Agência: Escala

Criação: Gabriel Jardim e Saulo Barbosa

Direção de criação: Eduardo Axelrud e Régis Montagna

Produtora/filme: Estúdio Makako

Direção/filme: André Silva e Lucas Flores

Produtora/som: Voicez

Aprovação/cliente: Gabriela Brunelli

Foto

"Quer destaque para sua oferta de emprego, anuncie no ZH Classificados". Com esse mote a campanha do jornal *Zero Hora* traz um filme que evidencia a qualidade dos serviços oferecidos pela sessão de empregos do jornal.

Título: "Escritório"

Anunciante/Produto: Zero Hora/Zero Hora

Agência: Escala

Criação: Saulo Barbosa e Gabriel Jardim

Direção de criação: Eduardo Axelrud e Régis Montagna

Produtora/filme: Estúdio Makako

Direção/filme: André Silva e Lucas Flores

Produtora/som: Voicez

Aprovação/cliente: Gabriela Brunelli

Foto

MÍDIA IMPRESSA MÍDIA IMPRESSA MÍDIA IMPRESSA MÍDIA IMPRESSA MÍDIA IMPRESSA

A ação HSBC, intitulada "Estante", divulga o Instituto HSBC Solidariedade, que apoia projetos ligados ao meio ambiente. O anúncio reforça a importância da educação para os mais jovens, para que eles se conscientizem e melhorem a qualidade de vida das próximas gerações.

Título: "Estante"

Anunciante/Produto: HSBC/
Instituto HSBC Solidariedade

Agência: JWT

Criação: Mario D'Andrea e Fabio Miraglia

Direção de criação: Sérgio Takahata e Rafael Mattioli

Aprovação/cliente: Marcelo Velloso e Carlos Alves

Foto

A ação do Colégio Anchieta, feita pela agência Escala, traz a mensagem a "A vida vai exigir mais do que isso" em forma de equação matemática. A campanha mostra o comprometimento da escola em contribuir na formação não apenas de bons profissionais como também bons cidadãos.

Título: "Fórmula"

Anunciante/Produto: Colégio Anchieta/Colégio Anchieta

Agência: Escala

Criação: Juliano Faerman, Marcelo Vaccari e Guilherme Possobon

Direção de criação: Eduardo Axelrud e Régis Montagna

Aprovação/cliente: Ana Claudia Klein

O Colégio Anchieta mostra nesta campanha o empenho da instituição em educar seus alunos para que eles se formem na escola e se desenvolvam na vida. A ação feita pela Escala traz a frase "A vida vai exigir mais do que isso" em forma de tabela periódica.

Título: "Tabela Periódica"

Anunciante/Produto: Colégio Anchieta/Colégio Anchieta

Agência: Escala

Criação: Juliano Faerman, Marcelo Vaccari e Guilherme Possobon

Direção de criação: Eduardo Axelrud e Régis Montagna

Aprovação/cliente: Ana Claudia Klein

Foto

Foto

Com o mote "São as crianças que vão melhorar o mundo" a campanha do HSBC é direcionada ao Instituto HSBC Solidariedade. As peças mostram a importância da educação infantil para garantir o futuro do meio ambiente.

Título: "Ninho"

Anunciante/Produto: HSBC/ Cartão Instituto HSBC Solidariedade

Agência: JWT

Criação: Rafael Mattioli e Sérgio Takahata

Direção de criação: Mario D'Andrea e Fabio Miraglia

Aprovação/cliente: Marcelo Velloso e Carlos Alves

Foto

A campanha da Grendene, desenvolvida pela Escala, é direcionada ao público jovem. A ação veicula uma promoção da marca para os consumidores, que premia os participantes com viagens com direito a acompanhantes.

Título: "Malas"

Anunciante/Produto: Grendene/ Ilhabela Trip

Agência: Escala

Criação: Marcelo Vaccari e Juliano Faerman

Direção de criação: Eduardo Axelrud e Régis Montagna

Aprovação/cliente: Carla Daniela Mari, Vivian Leite Mattuella e Marcius Dal Bó

Foto

A campanha do jornal *Zero Hora* ressalta uma promoção da publicação. O anúncio valoriza a nova coleção composta por oito revistas que ensina o leitor a tirar fotos, de alta qualidade, com máquina digital.

Título: "Coleção Fotografia Digital 6"

Anunciante/Produto: Zero Hora/ ZH Publicações

Agência: Escala

Criação: Gabriel Jardim, Saulo Barbosa e Gustavo Spanholi

Direção de criação: Eduardo Axelrud e Régis Montagna

Aprovação/cliente: Gabriela Brunelli

O *Zero Hora* divulga sua campanha "Coleção fotografia digital", que apresenta aos leitores oito livros instrutivos que ensinam como mexer em uma máquina digital. O anúncio ressalta as qualidades da coleção, além de mostrar o resultado de uma foto mal tirada à noite.

Título: "Coleção fotografia digital 3"
Anunciante/Produto: Zero Hora/ ZH Publicações
Agência: Escala
Criação: Gabriel Jardim, Saulo Barbosa e Gustavo Spanholi
Direção de criação: Eduardo Axelrud e Régis Montagna
Aprovação/cliente: Gabriela Brunelli

Foto

A ação do jornal *Zero Hora*, intitulada "Hamlet", promove o novo clube de assinantes da publicação, o Clubinho, que incentiva a leitura para crianças de 5 a 12 anos. O anúncio destaca algumas vantagens de se participar do Clubinho, como descontos em eventos culturais, museus, parques, livrarias, dentre outros.

Título: "Hamlet"
Anunciante/Produto: Zero Hora/ Clubinho do Assinante ZH
Agência: Escala
Criação: Gabriel Jardim e Saulo Barbosa
Direção de criação: Eduardo Axelrud e Régis Montagna
Aprovação/cliente: Gabriela Brunelli

O *Zero Hora* traz nesta campanha uma promoção para atingir o público de 5 a 12 anos. A ação incentiva a preservação do meio ambiente, chamando a atenção para a extinção do gorila em uma frase: "Nenhuma novidade, um parente seu está pedindo ajuda".

Título: "Salve o Planeta – Gorila"
Anunciante/Produto: Zero Hora/ RBS Publicações
Agência: Escala
Criação: Samir Arrage e Pedro Becker
Direção de criação: Eduardo Axelrud e Régis Montagna
Aprovação/cliente: Gabriela Brunelli

Fotos

RÁDIO RÁDIO RÁDIO RÁDIO RÁDIO RÁDIO RÁDIO RÁDIO RÁDIO RÁDIO

O spot da rádio 91 Rock destaca o ponto de vista de que "Rock 'n' Roll não é para perdedores". A peça define, de uma maneira engraçada, a diferença entre a música sertaneja e o rock, claro, destacando a superioridade do rock.

Título: "Sertanejo"
Anunciante/Produto: 91 Rock/Institucional
Agência: JWT
Direção de criação: Mario D'Andrea e Fabio Miraglia
Produtora de Som: Hilton Haw
Aprovação/Cliente: Aldo Malucelli e Carlos Gomes

A ação do Colégio Anchieta recorre ao bom humor para lembrar que a escola vai muito além dos ensinamentos técnicos aprendidos nela. O spot, criado pela Escala, exemplifica, com um discurso capenga em que o orador começa a explicar os "pronomes", pois não sabe o que dizer.

Título: "Discurso"
Anunciante/Produto: Colégio Anchieta
Agência: Escala
Direção de criação: Eduardo Axeirudi e Régis Montagna
Produtora de Som: Voicez
Aprovação/Cliente: Ana Claudia Klein

A campanha do HSBC oferece um espaço aberto no site YouTube para que as pessoas possam relatar suas opiniões sobre casamento. O spot apresenta um destes depoimentos em forma de jingle que, em tom bem humorado, exhibe as durezas do casamento do ponto de vista feminino.

Título: "Casamento"
Anunciante/Produto: HSBC/ Institucional
Agência: JWT
Direção de criação: Mario D'Andrea e Fabio Miraglia
Produtora de Som: Lua Nova
Aprovação/Cliente: Marcello Veloso Carlos Alves

A ação do HSBC discute a relação entre chefe e funcionário de uma maneira bem humorada. O spot, criado pela JWT, mostra um depoimento que aponta as dificuldades desta relação do ponto de vista do funcionário.

Título: "Chefe"
Anunciante/Produto: HSBC/ Institucional
Agência: JWT
Direção de criação: Mario D'Andrea e Fabio Miraglia
Produtora de Som: Lua Nova
Aprovação/Cliente: Marcello Veloso Carlos Alves

A escola Monteiro Lobato traz, nesta campanha, os benefícios do curso de português que a instituição de ensino oferece. O jingle, criado pela Propaganda Futebol Clube, destaca as dificuldades da língua portuguesa.

Título: "Português"
Anunciante/Produto: Monteiro Lobato/ Curso de Português
Agência: Propaganda Futebol Clube
Direção de criação: Marcos Elzerik
Produtora de Som: Radioativa
Aprovação/Cliente: Bruno Elzerik e Cintia Elzerik

O jornal *Zero Hora* acentua nesta ação, feita pela Escala, a qualidade dos serviços de anúncios da publicação. No spot, um carro simples é transformado em um veículo gigante que espanta a cidade inteira, finalizando com o mote: "Quer destaque para a sua oferta, anuncie no ZH Classificados".

Título: "Carro"
Anunciante/Produto: Zero Hora/Zero Hora
Agência: Escala
Direção de criação: Eduardo Axeurud e Régis Montagna
Produtora de Som: Voicez
Aprovação/Cliente: Gabriela Brunelli