

Doc.
000238

smpb
C O M U N I C A C Ã O

RGS nº 03/2005 - CN -
CPMI - CORREIOS
Fis. Nº **0169**
Doc: **3579**

Assembléia Legislativa do Estado de Minas Gerais
Câmara dos Deputados
Câmara Legislativa do Distrito Federal
Casa de Apoio Transforme
Cera Ingleza
Correios
Cosipa
Crafter
Crown Telecom
Elmo Calçados
Ford do Brasil - Regional MG
Governo do Distrito Federal
Governo do Estado de Minas Gerais
Instituto Telemig Celular
Integra
Irmãos Rodopoulos
Mendes Júnior
Ministério do Esporte
Motocity
Prefeitura de Betim
Prefeitura de Contagem
Rádio Itatiaia
Revista Encontro
Riclan
Sistema Financeiro Rural
Telemig Celular - Empresas
Telemig Celular - Marketing Cultural
Universidade Fumec
Usiminas - Usinas Siderúrgicas de Minas Gerais
Usiminas Mecânica
Way TV

RDS nº 03/2008 - CN -
CPML - CORREIOS
Em. Nº 8170
Doc. 3579

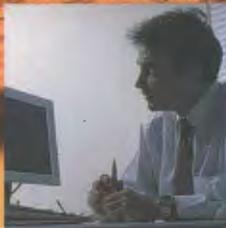


*De repente
a gente entra na sua casa.
De repente
a gente entra na sua vida.*

RGM Nº 000000 - GN -
CPAL - CORREIOS
0171
3579

*Quem são estas pessoas ou coisas que,
ao contrário de tudo e todos,
primeiro chegam na sua sala
para só depois se apresentarem?*

*A SMPB desafia você a pensar
sobre este poder da propaganda.
Que responsabilidade sua empresa tem?
E mais: que responsabilidade
cabe à sua agência?*



CRISTIANO PAZ
PRESIDENTE



RAMON CARDOSO
VICE-PRESIDENTE



FLÁVIO CHUBES
REDATOR



CYNTHIA MASSOTE
PLANEJAMENTO

REUNIÃO



AUGUSTO COELHO
DIRETOR DE CRIAÇÃO



FLÁVIA RENNÓ
REDATORA



MAIRA SCHRECK
GERENTE DE CONTAS

ELENIZE ALMEIDA
GERENTE DE OPERAÇÕES



MARCOS VINÍCIUS
DIRETOR DE PRODUÇÃO



ANDRÉ FAGUNDES
DIRETOR DE CONTAS

RGE Nº 032/02 - CM
CPHI - CARREIROS
Fic. Nº 172
3579
Doc

*É bem provável que, nos dias de hoje,
o Cristiano, o Ramon e o Marcos Valério
já não batizassem a agência com uma sigla.
Mas, cerca de duas décadas atrás,
poucos profissionais tinham tarimba suficiente
para carregar nos ombros o peso
de uma placa com suas iniciais.*

*Assim nasceu a SMPB - quando os principais executivos
da Standard, Ogilvy & Mather
assumiram o controle acionário da filial mineira.
De lá para cá muita coisa mudou.
Mas a agência manteve intacta a sua essência:
construir marcas.*

Resultado: estamos sempre reconstruindo a nossa.



RENATA COELHO
MÍDIA



FELIPE GUEDES
DIRETOR DE ARTE



WALDEMAR FRANÇA
DIRETOR DE ARTE



ELIAS SALES
MONTADOR



FATIMA SÁ
ASSISTENTE ADM. FINANCEIRO

VALÉRIA MONTEIRO
ATENDIMENTO



ELIANE CEDROLLA
DIRETORA DE OPERAÇÕES



RICARDO FARIAS
GERENTE DE MÍDIA

SILVIA PIZZINI
GERENTE DE CONTAS



MATHEUS BRAGA
DIRETOR DE ARTS



FERNANDA HADDAD
ASSISTENTE DE MÍDIA

DAN ZECHINELLI
REDATOR



EDUARDO HENRIQUE
@RYE-FINALISTA



BRUNNA LOPES
ASSISTENTE DE ATENDIMENTO



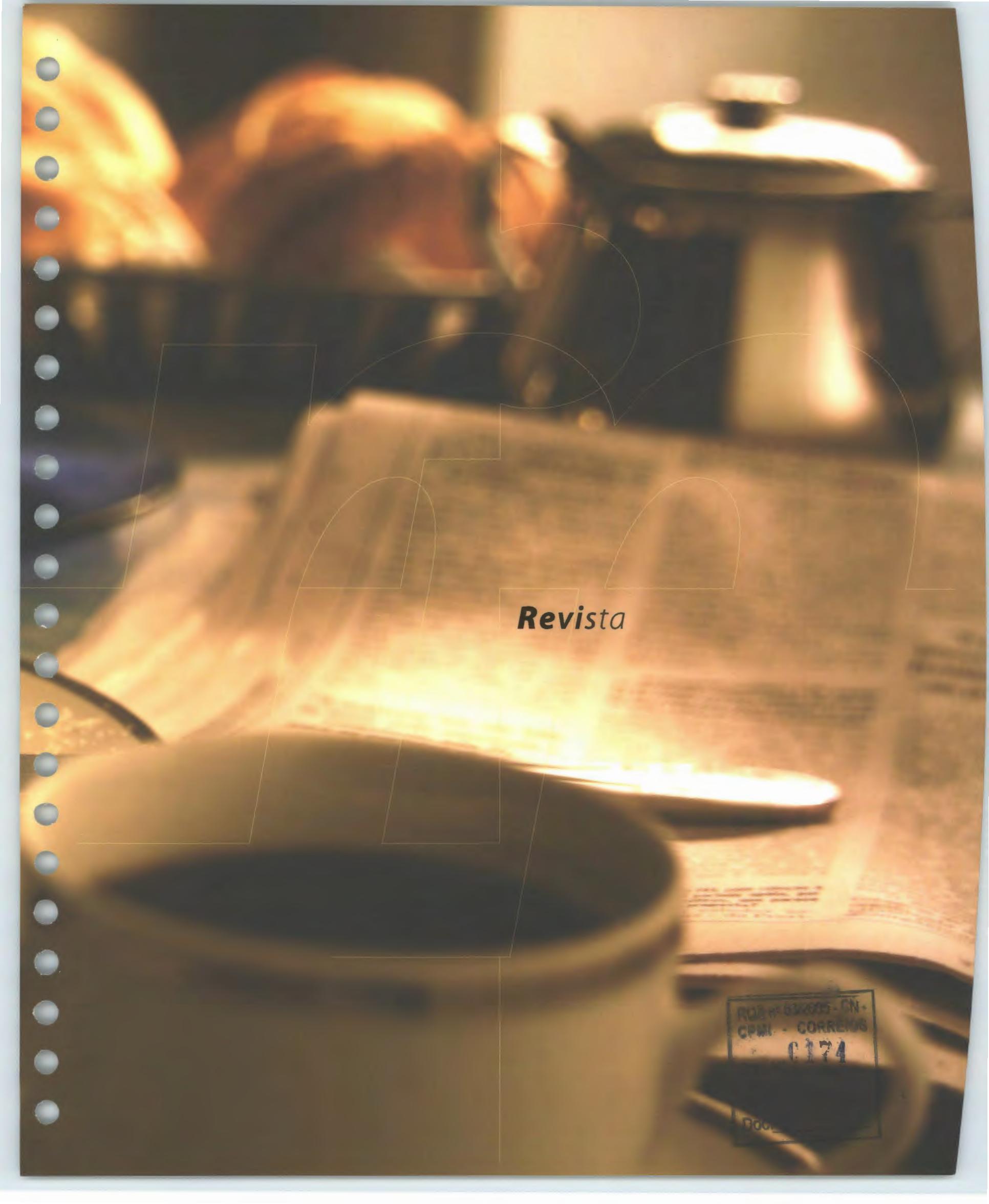
ALLYSSON FRANCO
DESIGNER



SERGIO PAULO
ILUSTRADOR



MARCUS AURÉLIO
RTVC

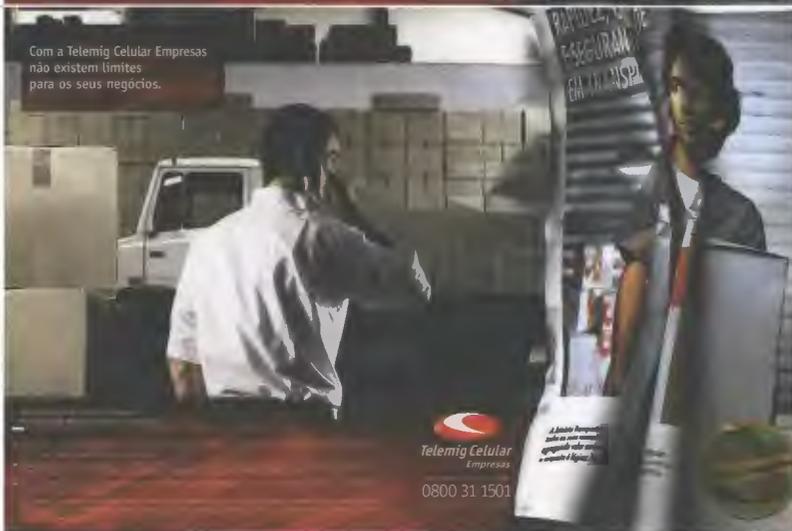


Revista

RDB nº 532605 - CN -
CPMI - CORREIOS
0174
Doc



TELEMIG CELULAR EMPRESAS
 Nesta campanha,
 simulamos uma invasão de mídia
 para mostrar que não há limites para empresas
 que usam os planos corporativos da Telemig Celular.



ROS nº 03/2008 - GN -
 CPML - CORREIOS
 Fls. Nº 0175
 3579
 Doc:

UMA EXPLOÇÃO
ESTÁ PRESTES
A ACONTECER
NA SUA BOCA.



TNT. A bala mais azeda que existe.

AZEDA COMO
SUA IRMÃ
SÓ QUE MUITO
MAIS LEGAL.



TNT. A bala mais azeda que existe.

INSTRUÇÕES:
PONHA NA BOCA
E REZE.



TNT. A bala mais azeda que existe.

TNT

Imagine uma bala ácida

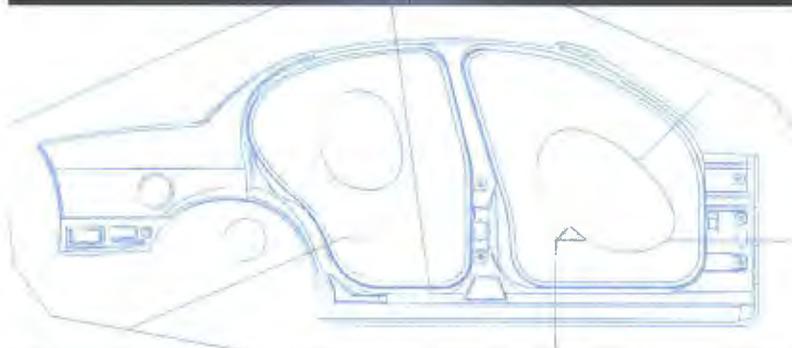
Multiplique esta sensação por dez.

Assim e TNT.



USIMINAS
 Um dos principais mercados da Usiminas
 é o automotivo.
 Estes anúncios tiveram o objetivo
 de qualificar o aço Usiminas
 para a construção de carros
 cada dia mais modernos.

Você acha que o carro do século 21, ia ser construído com o aço do século 20?



USIMINAS

Pela leveza desse aço, não estranha-se o carro do futuro voar mesmo.



USIMINAS

RQB nº 03/2005 - CN
 CPMI - COBREZOS
 Fls. Nº 0176
 D3579

ESPORTE SÓLIDÁRIO

- 318.172 crianças e jovens atendidos.
- 783 núcleos mantidos.
- 732 municípios beneficiados.

No esporte, quando a criança e o jovem em situação de exclusão e risco social têm a oportunidade de praticar atividades esportivas, o programa funciona em núcleos mantidos nos municípios e oferece também reforço escolar, educação para a saúde, arte e reinserção escolar. É o esporte como instrumento de desenvolvimento educacional e social.

Ministério do Esporte e Turismo

BRASIL

Nunca o esporte valeu tanto para o Brasil.

Não importa qual a modalidade do esporte; o importante é virar o jogo.

MINIS...
Anúncios... Solidár

ESPORTE NA ESCOLA

- 13 milhões de alunos beneficiados
- centenas de instalações esportivas construídas
- 105 mil itens de material esportivo distribuídos

Ministério do Esporte e Turismo

BRASIL

Nunca o esporte valeu tanto para o Brasil.

Com uma bola por perto, fica mais fácil chutar para longe os problemas.

BRASIL ESPORTE





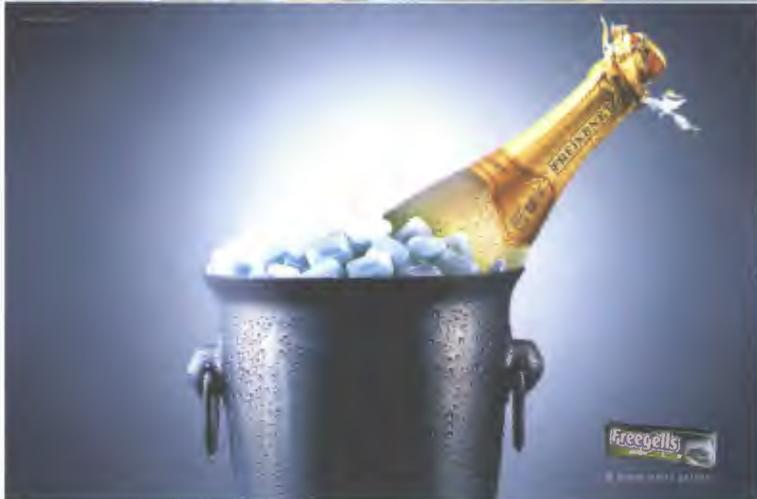
INGLEZA
*Anúncios que refletem claramente
a eficiência dos produtos Ingleza.*



ROB nº 03/2006 - 6N -
CPMI - CORREIOS
Fls. Nº 8177
Doc: 3579

Freegells
Alimento gustosissimo di frutta essicata
senza zucchero per le diete.

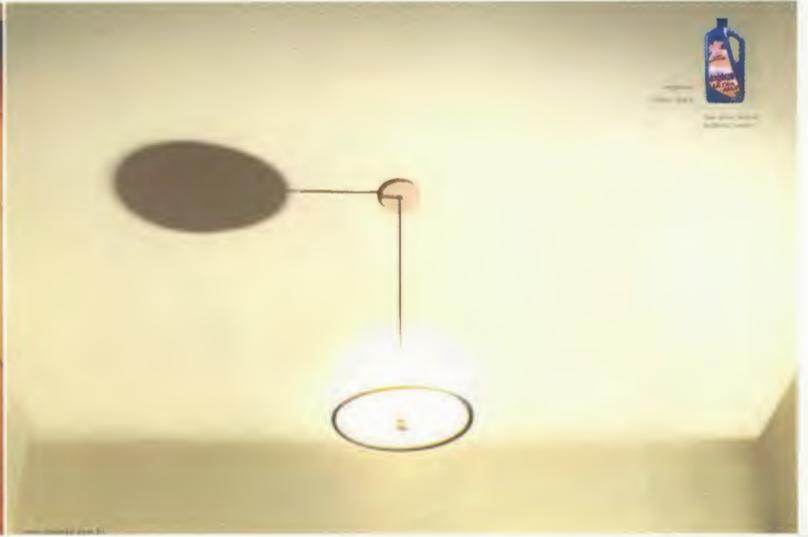




...
...
...



RGS nº 03/2005 - CN -
CPML : CORREIOS
Pis. Nº 0178
-3579
Das:



Windex
 Acabado que apresenta a melhor
 ação limpa e não deixa brilho excessivo.



*Você estará sabe lá onde
e vai voltar sabe lá quando.
Som a Líder, isto si se
resolveria sabe lá como.*

LÍDER AVIAÇÃO
Anúncios que posicionam a Líder como a maior
empresa de aviação executiva da América Latina.

*Em aviação executiva,
é com a bagagem da empresa aérea
que você precisa se preocupar.*

RQS Nº 03/2005 - SN -
CPMI - CORREIOS
Fis. Nº 0179
Doc: 3579

TEM UMA FRENTE
FRIA INDO EM DIREÇÃO
DA SUA BOCA.



MATA QUALQUER AFTA DE FRIO.



A MELHOR COISA
QUE O FRIO JÁ PRODUZIU
DEPOIS DAS
GAROTAS SUECAS.



FREEGELLS
*Sensação de refrescância
era o briefing da campanha deste drops.*



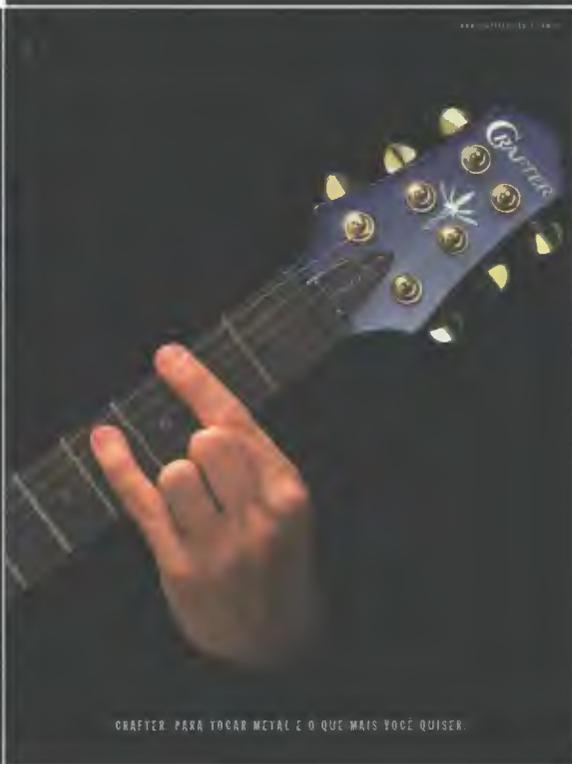
CRAFTER
mostra que a Crafter
instrumentos versáteis
para todos os tipos de gêneros musicais.



CRAFTER PARA TOCAR PUNK ROCK E O QUE MAIS VOCE QUISER

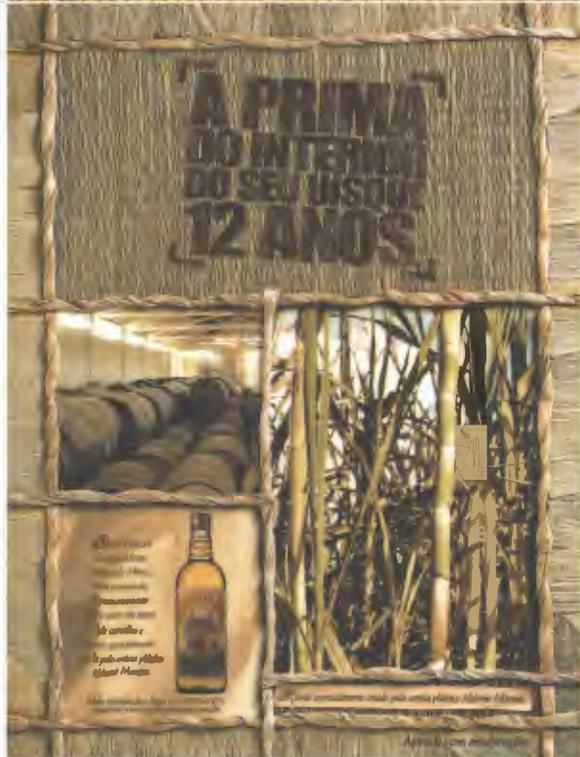


CRAFTER PARA TOCAR SURF MUSIC E O QUE MAIS VOCE QUISER



CRAFTER PARA TOCAR METAL E O QUE MAIS VOCE QUISER

RCS nº 03/2005 - CN -
CPMI - CORREIOS
FR. Nº 0180
3579
Doc:



ESPÍRITO DE MINAS
 Para ficar à altura de uma cachaça premium,
 anúncios que parecem ter sido feitos artesanalmente.





CEDRO
Anúncios para lançar um novo tecido
da empresa: o Cedro Stretch – um fio
com elasticidade.



RGB nº 03/2005 - CN.
CPMI - CORREIOS
Fls. Nº 0181
Doc: 3579



BH SHOPPING
 Parte da campanha de lançamento
 da coleção Primavera-Verão 2002.
 Leveza, muitas cores e, acima de tudo,
 formação de opinião.



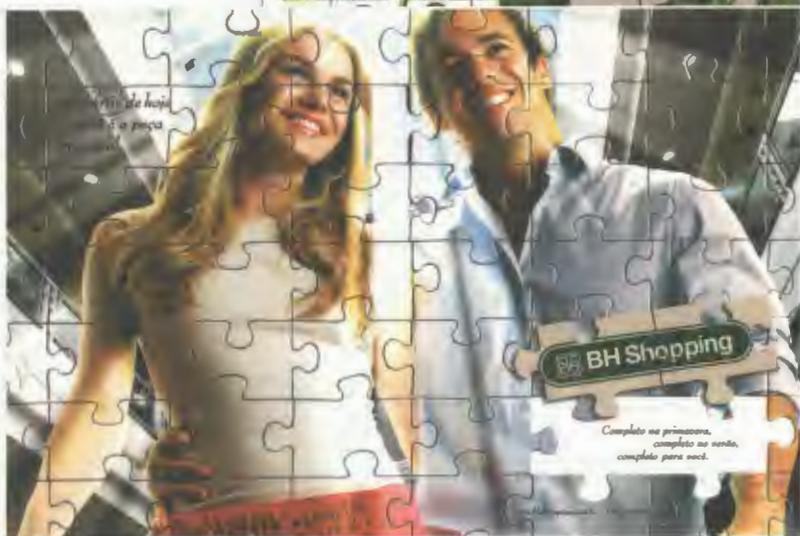
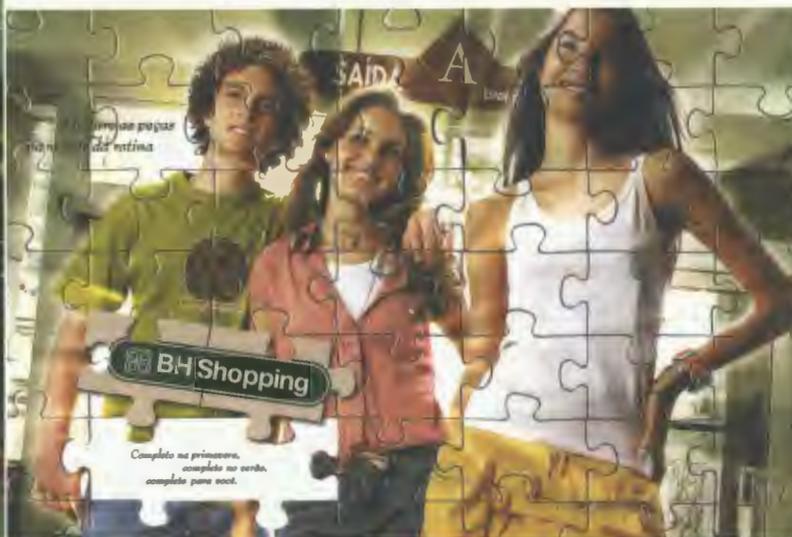
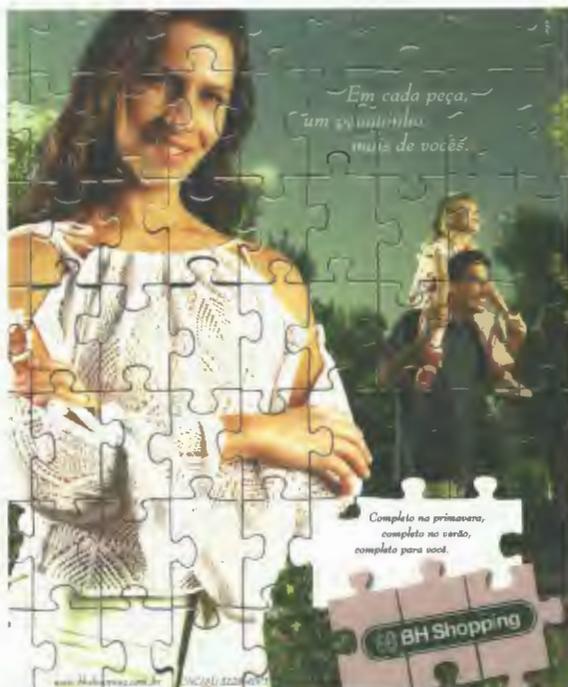
Handwritten text and a stamp, possibly a library or archival mark, located in the bottom left corner of the page.



BH SHOPPING
 Goiabada com queijo, café-com-leite,
 arroz com feijão: pares perfeitos
 que foram associados a tipos físicos
 variados para formar casais também perfeitos.



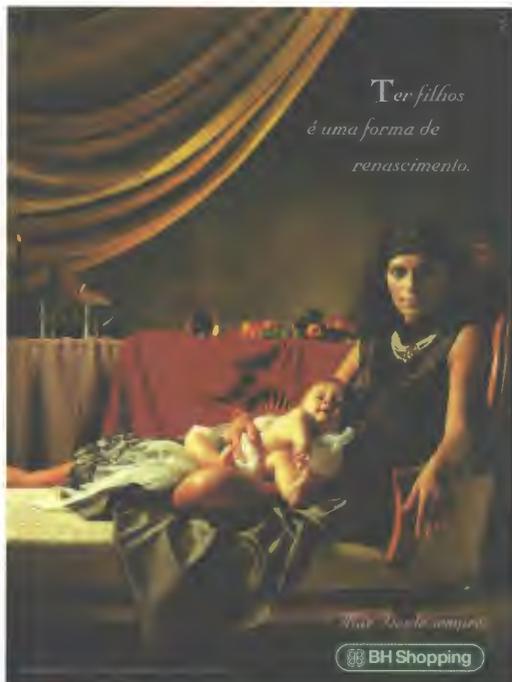
RGB Nº 03/2005 - CN -
 CPNI - CORREIOS
 Fls. Nº 0182
 3579
 Doc:



BH SHOPPING

Um quebra-cabeça com todas as peças reunidas para representar o shopping mais completo de Minas, na campanha Primavera-Verão 2003.





BH SHOPPING
 Já que ter filhos é uma forma
 de renascimento, nada mais natural
 que usar a estética renascentista
 como inspiração para a campanha
 de Dia das Mães 2003.



RQS nº 03/2005 - CN.
 CPMI - CORREIOS
 Fis. Nº 0183
 3579
 Doc. _____



JOÃO PAZ
DIRETOR DE ARTE



ALBERTO ANTÔNIO
ARTE-FINALISTA



FELIPE PAZ
REDATOR



MARLOS AGNALDO
DIRETOR DE ARTE



DANIELA VASCONCELLOS
ASSISTENTE DE ATENDIMENTO



Jornal

RGS nº 83/2005 - CN.
CPMI - CORREIOS
Fls. Nº 1784
3579

Quem diria que um banco ia ser uma boa companhia para ir ao teatro?



O Banco Rural está presente nas shows de Circo 1º An. Com isso, ficou fácil encontrar boas espetáculos. E mais fácil ainda encontrar um bom banco.



RURAL

Parte de uma campanha de marketing cultural e esportivo do Banco Rural, que mostrava que a empresa se relacionava com as artes, com a dança, com a música, com o esporte e, principalmente, com seus clientes.

Para se ter uma ideia de como estamos do lado dele, no banho de champanhe sempre cai um pouco na gente.



O automobilismo é está. Mas um relacionamento com a marca do Banco Rural.

O Banco Rural está com o piloto Bruno Junqueira. E do mesmo jeito que o Rural acredita no esporte brasileiro, ele acredita em você. Pode acreditar.



Você quer resultado. Elas também. Não é por acaso que vocês estão com o mesmo banco.



O tênis é está. Mas um relacionamento com a marca do Banco Rural.

Determinação para vencer. Não é só isso que as meninas do NRV/Minas têm em comum com você. Elas também sabem que podem contar com o Banco Rural para tudo. Dentro da quadra ou fora dela.





Você conhece um jeito mais inteligente de fazer isso.

É agora vai conhecer um jeito mais inteligente de fazer TV a cabo.

Assine já: 0800 701 5001 ou www.waytv.com.br



O jeito inteligente de fazer TV a cabo.

WAY
Um jeito diferente
de fazer anúncios para
divulgar o jeito inteligente
de fazer TV a cabo.



Você conhece um jeito mais inteligente de fazer isso.

É agora vai conhecer um jeito mais inteligente de fazer TV a cabo.

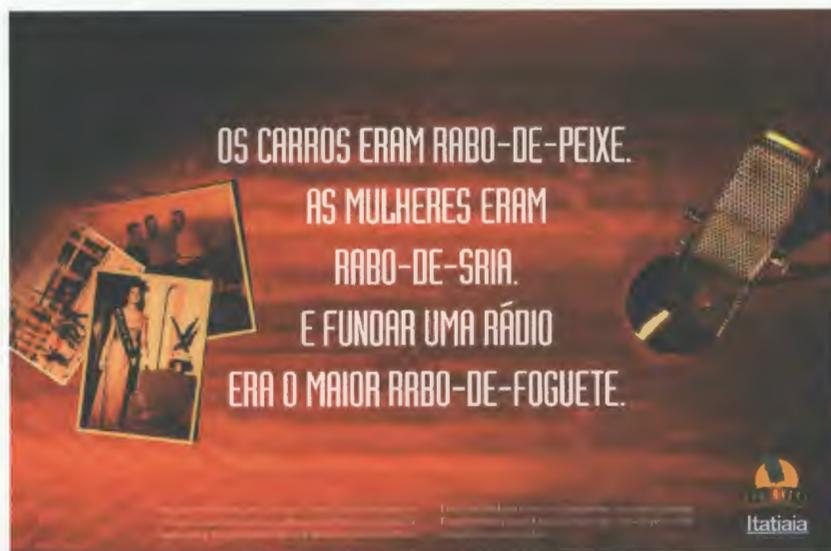
Assine já: 0800 701 5001 ou www.waytv.com.br



O jeito inteligente de fazer TV a cabo.



OS CARROS ERAM RABO-DE-PEIXE.
 AS MULHERES ERAM
 RABO-DE-SAIA.
 E FUNDAR UMA RÁDIO
 ERA O MAIOR RABO-DE-FOGUETE.



 Itatiaia

NAQUELA ÉPOCA,
 BOSSA NOVA
 ERA NOVA MESMO.



 Itatiaia

ITATIAIA
 Campanha comemorativa dos 50 anos
 de uma das maiores emissoras de rádio de Minas.

É COMO UM
 CASAMENTO DE 50 ANOS.
 SÓ QUE COM
 ASSUNTO ATÉ HOJE.



 Itatiaia



SANTA CASA
Campanha de incentivo a doações.



QUE O NOSSO CTI SALVA VIDAS TODO MUNDO SABE. A NOVIDADE É QUE O SEU TELEFONE TAMBÉM PODE SALVAR.

Depois de ajudar tanta gente, a Santa Casa está precisando da sua ajuda.
Para fazer sua doação, ligue 3274-1010.



2.700 PARTOS POR ANO. QUEM DERA SE DINHEIRO NASCESSE TÃO FÁCIL.

Depois de ajudar tanta gente, a Santa Casa está precisando da sua ajuda.
Para fazer sua doação, ligue 3274-1010.



RGB nº 08/2005 - CN -
OPM - CORREIOS
Fls. Nº 0186
3579
Doc.



FUTEBOL DO JEITO QUE VOCÊ GOSTA:
SEM O GALVÃO BUENO.



DE 17/3 A 14/4/2002

MG



NOSSO NEGÓCIO
É BOLA NA REDE.
ISSO QUANDO
TEM REDE.



DE 17/3 A 14/4/2002 - BELMOPOLIS/MG - INFORMAÇÕES 3262



NÃO XINGUE
A MÃE DO JUIZ.
ELA PODE ESCUTAR.



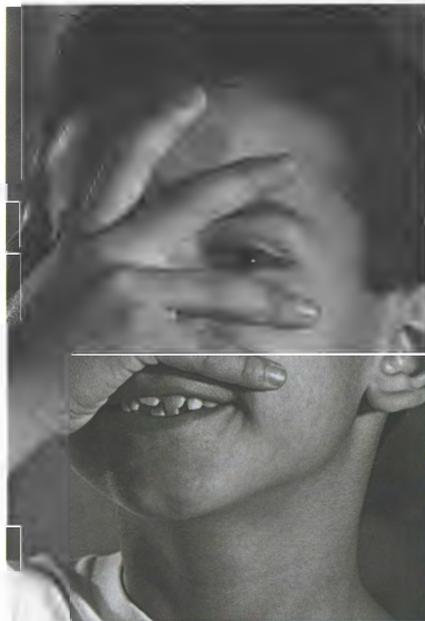
DE 17/3 A 14/4/2002 - BELO HORIZONTE



ARANCIO

Precriedade Uma das principais características do futebol de varzea explorada nesta campanha para a Copa A

**HOJE O ÚNICO
TRABALHO QUE O
DIEGO FAZ PARA
AJUDAR SUA
FAMÍLIA É O
DEVER DE CASA.**



RENDA MINHA.
BOLSA MENSAL DE
R\$ 45,00 POR CRIANÇA
DE 6 A 15 ANOS
MATRICULADA NO
ENSINO FUNDAMENTAL.



Para ajudar a família, o Diego fazia bico nas ruas. **Podia** o dia vendendo doce nos sinais e à noite **vigia** carros. Uma rotina que só mudou graças ao **Renda Minha**. Programa que oferece **bolso** mensal de R\$ 45,00 para cada criança que **atende** todos os requisitos. O aluno ainda recebe **material** escolar de referência, sistema completo,

atendimento médico, odontológico, oftalmológico e avaliação nutricional. Hoje, o Diego largou o trabalho nas ruas e se dedica apenas aos trabalhos da escola. Assim como ele, outras 85 mil crianças fizeram o mesmo e já estão sendo recompensadas com a perspectiva de um futuro melhor e até o final de 2013 serão 100 mil.



**AGORA, O PAI DA
JÚLIA GASTA MUITO
MENOS TEMPO NO
TRÂNSITO E MUITO
MAIS COM O
QUE REALMENTE
INTERESSA.**



PONTE JK
ECONOMIA DE
TEMPO E DINHEIRO
PARA VOCÊ.



Quando via **despiste** caminhão pronto, o Mauro ficou **incomodado** com tanta **luz**. Só precisava para a **rua** sinal, o sinal. Era **luz** abastecendo **encostada** com a porta. Não só **com** o **esquer** em si, mas também **porque** via **bat** o **pai** para **com** **trânsito**. Desde que a

Ponte JK foi inaugurada, os **dos** têm **tido** muito **mais** tempo para **brincar** e **se** **curtir**. Além **de** a **saída** de **entrar** da **rua** pode **encurtar** as **distâncias** entre as **passagens**. Por **isso**, **economia** de **combustível**, **trânsito** **tranquilo** e **conforto** são **os** **vantagens** **menores**.



GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL
Série de anúncios para divulgar obras
e projetos do Governo do Distrito Federal,
mostrando seus benefícios diretos
para a população.



18 de outubro. Dia do Médico

Parabéns a todos os médicos do Distrito Federal! Graças à dedicação de vocês, nossa Sistema Pública de Saúde já realiza 4 milhões de atendimentos por ano. Um trabalho que garante a qualidade de vida da nossa gente e eslabera para fazer de Brasília a cidade que, segundo a ONU, tem o maior Índice de Responsividade Humano (IRH) de Brasil.

GDF
GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL

GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL
Anúncios de oportunidade para o Governo do Distrito Federal.

ISSO QUE É SHOW DOS PARALAMAS.

IV ETAPA DO CIRCUITO BRASILIENSE DE MOTOCROSS
VENHA COMEMORAR OS 46 ANOS DO PARANOÁ COM MUITA ADRENALINA

DATA: 19/10 HORÁRIO: 10H LOCAL: AO LADO DO ESTÁDIO DE FUTEBOL DO PARANOÁ

GDF
GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL



Até os sonhos
tiveram direito
de se vir.

educação

Diplomas

Plano de carreira dos professores, transporte e merenda escolar, melhoria das escolas, esporte e lazer, estímulo à tecnologia. Muitas que a Assembleia também ajudou a implementar em instituições públicas e em bairros como exemplo de gestão pública do Estado. As construídas no área urbana e regiões além das tradicionais, visando a um a cura de Minas.

14ª Legislatura 1999-2003. 4 anos com você.

ASSEMBLÉIA DE MINAS
O Poder do Cidadão

Foram quatro anos
de muito diálogo.
Você disse o que
queria e a Assembleia
respondeu.

emprego

Mais de 20 grandes questões nacionais foram debatidas em dezenas de audições regionais. A criação da comissão, por exemplo, foi discutida em reuniões que aconteceram em municípios públicos no interior do Estado. Isso permitiu o encaminhamento de propostas adequadas para o desenvolvimento de cada município mineiro, respeitando suas especificidades e potencialidades.

14ª Legislatura 1999-2003. 4 anos com você.

ASSEMBLÉIA DE MINAS
O Poder do Cidadão

Mesmo os que não
estão nem aí para política
estão aqui.

participação

Escolha, saúde, segurança, meio ambiente, trânsito, educação, mas também uma coisa em comum: estar. Nestes 4 anos, a Assembleia de Minas realizou 22 reuniões de participação da sociedade em suas comissões e comissões de acompanhamento das atividades da Assembleia e do trabalho das comissões. E sempre pensando com você.

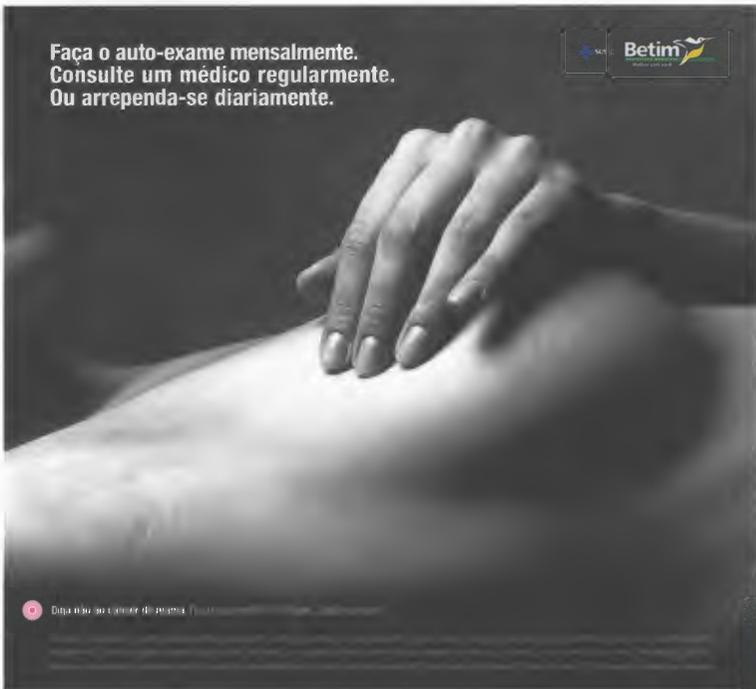
14ª Legislatura 1999-2003. 4 anos com você.

ASSEMBLÉIA DE MINAS
O Poder do Cidadão

ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA
Uma forma mais leve de mostrar o balanço das realizações da 14ª Legislatura da Assembleia de Minas.

ROB. Nº 02/2005 - CN -
OPNI - CORREIOS
Fls. Nº 0188
Doc 579

Faça o auto-exame mensalmente.
Consulte um médico regularmente.
Ou arrependa-se diariamente.



Dependa do câncer de mama. Fonte: Instituto Nacional de Câncer (INCA)

Prevenir é melhor que remediar.
Ainda mais quando
o remédio é uma cirurgia.



Dependa do câncer de mama. Fonte: Instituto Nacional de Câncer (INCA)

PREFEITURA DE BETIM

Câncer de mama.

Um assunto aspero de lidar,
no qual a principal forma de prevenção
é o auto-exame.



USIMINAS
Mais importante que comemorar os 40 anos da Usiminas
era mostrar a história da empresa,
através de suas conquistas.



USIMINAS 40 ANOS.
UMA HISTÓRIA CONTADA
ATRAVÉS DO AÇO.



RFB nº 03/2005 - CN -
CPMH - BORRÊLOS
Fls. 0189
3579
Doc:



SIMONE REIS
DIRETORA ADM. FINANCEIRO

DANIELA FRAGA
COORDENADORA DE MÍDIA



NEILTON NASCIMENTO
MOTORISTA



EURÍDICE FRAGA
GERENTE DE CONTAS



STEFAN KO
DIRETOR DE ARTE

RICARDO CAVALHEIRO
DIRETOR DE ARTE





Outdoor

ST GEORG 6/94

REVISTA QUINCE DIARIA 1980-1981 15 DE SETIEMBRE 1981

REVISTA QUINCE DIARIA 1980-1981 15 DE SETIEMBRE 1981 ARBORE • AVIS • CACTOS • CAMAJO • GRIETA • JARDINERIA

REVISTA QUINCE DIARIA 1980-1981 15 DE NOVIEMBRE 1981

BOB P. HARRIS - CN
C
EIS: No 190
Doc. 3573

NEEDHAM HILLS LIBRARY

**SEU CARRO VAI
VIRAR UM ESPELHO.
E MULHER
ADORA ESPELHO.**



RÁPIDA DE PASSAR E DE BRILHAR.



**NÃO EXISTE
MULHER DIFÍCIL.
EXISTE CARRO
MAL-ENCERADO.**



RÁPIDA DE PASSAR E DE BRILHAR.



*INGLEZA FÓRMULA MAX
Cera para automóveis é um produto
de consumo predominantemente masculino.
Esse foi o foco desta campanha.*





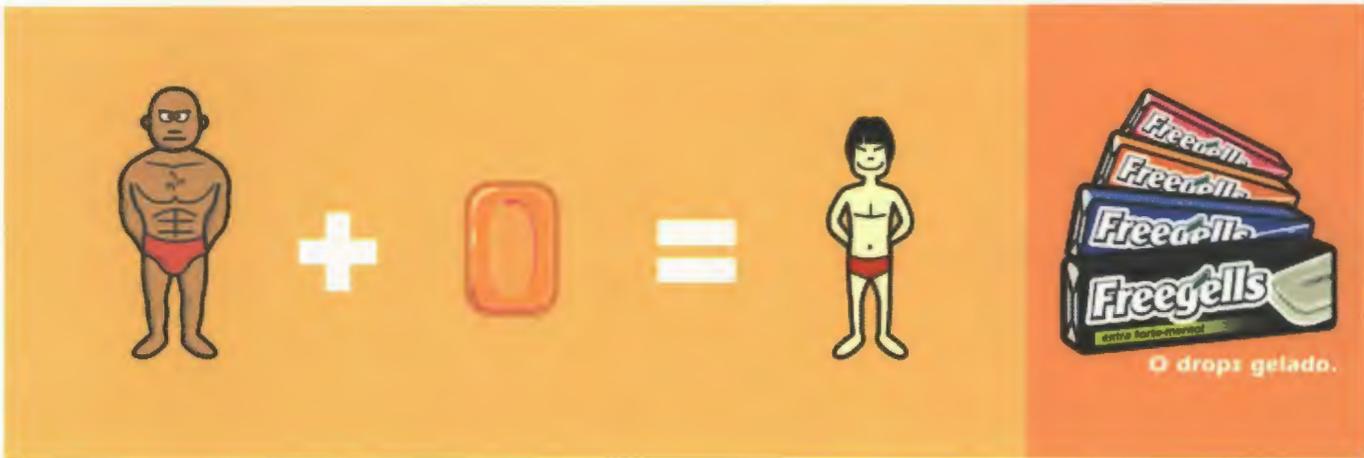
Desculpe: infravermelho
e ultravioleta
estamos em falta.

ELMO

Primavera - Verão. Cor e alto-astral andam juntos.

ELMO PRIMAVERA-VERÃO
Cores fortes e psicodélicas para
mais quentes do ano: Primavera

RQS nº 03/2004 - CN.
CMA - CORREIOS
Fis. Nº 0191
Doc: 3579



FREEGELLS

Uma forma divertida de mastigar.

—palmas de alta elasticidade de drops Freegells.



*FREEGELLS
Outdoor especial, com alicate,
dava a entender que as placas estavam congeladas.*

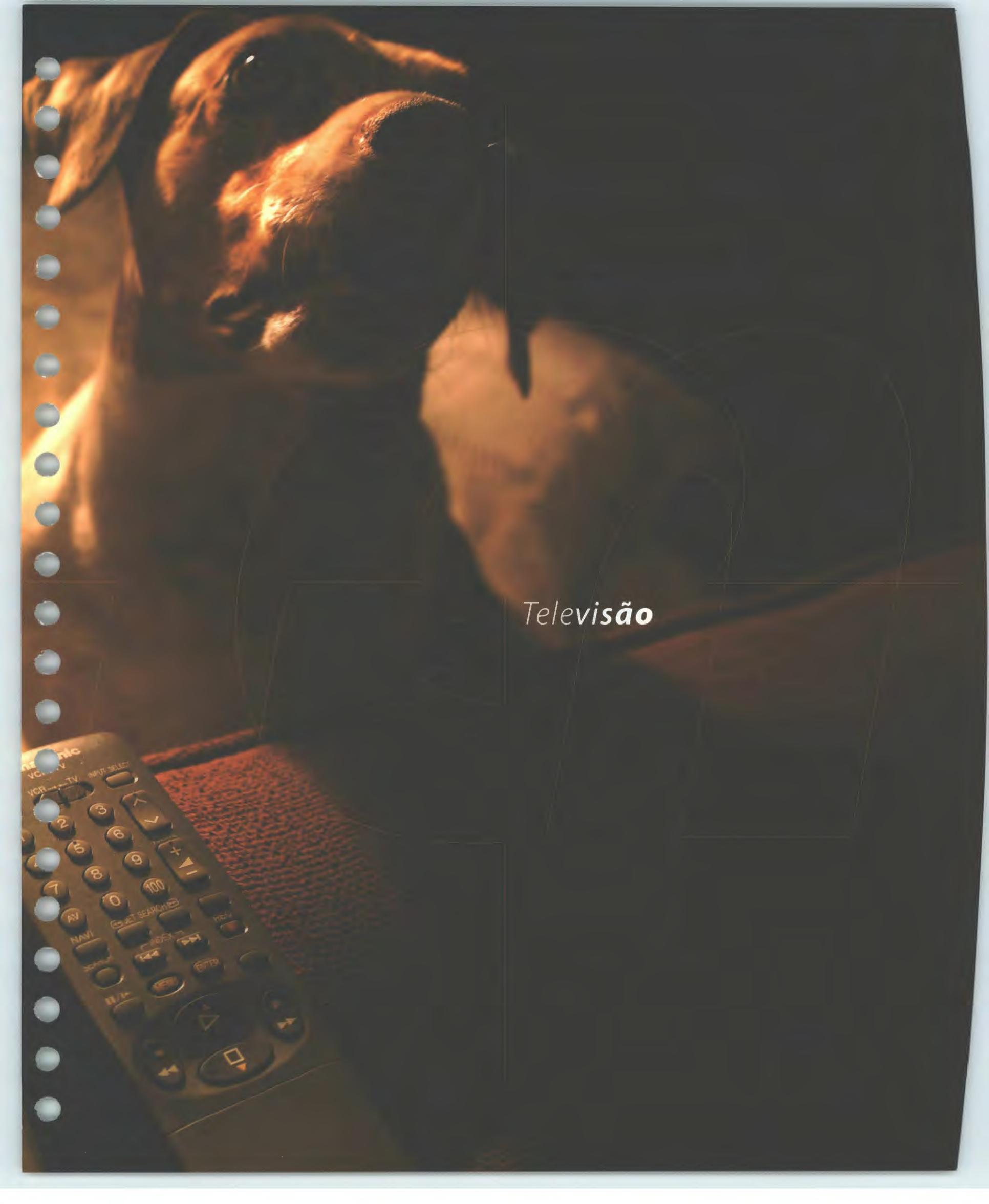


RQS nº 03/2005 - CN -
GPMI - CORREIOS
Fls. Nº 0192
Doc. 3579

*A SMPB deixou de ser grande para ser ideal.
Deixou de ser opção para ser escolha.
Deixou de ter tradução para ser sinônimo.
Hoje, SMPB significa uma agência moderna.
A começar pela porta de entrada
de todos os clientes - o atendimento.
Nossa estrutura de atendimento é organizada
em três diretorias de negócios:*

- *Comunicação de Marcas, Produtos e Serviços*
 - *Comunicação de Varejo*
- *Comunicação Institucional e Novos Negócios*

*Expertise, na SMPB, não é da boca para fora.
É da porta para dentro.*

A photograph of a dog, possibly a Weimaraner, lying down in a dimly lit room. The dog's head is resting on a surface, and its eyes are closed. In the foreground, a black remote control is visible, resting on a textured surface. The remote has various buttons, including a numeric keypad, a power button, and directional arrows. The word "Televisão" is written in white text across the middle of the image.

Televisão



COMPRAS

*A campanha é feita com objetos formados por números.
De fundo, uma música leve, muito próxima ao jazz.*

*O filme começa com dois "0", dois "1" e a vírgula formando um par de óculos.
Depois eles se reagrupam e viram 110,00.*

*Depois, dois "1", dois "7", um "0" e as vírgulas formam uma camisa.
Eles se transformam em 71,00.*

*Em seguida, dois "2", dois "0" e a vírgula formam um anel.
Da mesma maneira dos anteriores, eles se reorganizam até virar 220,00.*

*Entra lettering:
Tudo tem seu preço. Só depende do cartão que você usa.*

Nesse momento, entra o 0800 e assinatura.

Simples, porém eficiente. Divertido, porém com credibilidade. Para divulgar os produtos e serviços do Banco Rural, ninguém melhor que os atores principais do mercado financeiro: os números.



RELÓGIO

Continuando a linha dos números, um "0", três "1" e algumas vírgulas formam um relógio. A música é a mesma do filme anterior.

Os números e vírgulas se reorganizam formando 11.100,00.

Entra lettering:
É possível transformar alguns segundos em crédito.

Conta Garantida Banco Rural.
Crédito rotativo simples e rápido,
para sua empresa.

Converse com nosso gerente.

Entra assinatura.





Namorados 2003

BH Shopping



BH SHOPPING

Quatro casais namoram ao som de um jingle que fala sobre duplas de comidas que combinam. Curiosamente, os casais têm tipos físicos que se assemelham às características das comidas: uma mulher tem o cabelo vermelho como a goiabada, um rapaz tem a pele negra como o feijão e assim por diante.

*Goiabada do meu queijo,
Arroz do meu feijão
Cafezinho do meu leite
Manteiguinha do meu pão
Você é meu par perfeito
O coco do meu quindim
Vou te dar uma mordida
Pegar um pedaço pra mim*

Locução:

*Vocês fazem um par perfeito.
Dia dos Namorados BH Shopping.*

*Goiabada com queijo, café-com-leite, arroz com feijão:
pares perfeitos que foram associados a tipos físicos varia-
dos para formar casais também perfeitos.*



Férias
BH Shopping

PATINS

Menino todo vestido com equipamentos de patins. Patins, joelheira, cotoveleira, capacete. De repente, ouve-se a voz da mãe: "Pronto Paulinho! Mamãe já enrolou o tapete."

Locução:

Seu filho merece férias de verdade.

Corta para assinatura:

Férias BH Shopping. Diversão de verdade é aqui.

Nesta campanha, o BH Shopping aproveitou o momento de férias escolares para dizer que as verdadeiras opções de lazer para os filhos estão lá.





PROCURA

*Empresa à noite. Salas completamente vazias.
De repente, entram em cena duas pessoas,
cada uma com uma lanterna na mão, e começam a conversar:*

- E aí, conseguiu recuperar?

- Que nada. Esse aí já era.

- Pois é. Vamos embora.

*A câmera vai descendo até fechar num maço de notas num canto da empresa.
Entra locução em off: Se você não fala com cinco números a custo zero, sua empresa
está perdendo dinheiro.*

*Volta para as duas pessoas fechando a empresa e indo embora, desanimados.
O locutor finaliza: Plano Mais Telemig Celular Empresas. Você escolhe cinco números
da Telemig Celular para falar a custo zero.*

Assina com a logomarca.

*Economia.
Esse foi o conceito principal
da Campanha da Telemig Celular Empresas
para lançamento do Plano Mais.*

35 ANOS DA GLOBO MINAS

Jingle:

*Para chegar ao coração
desse povo mineiro
mais que falar com emoção
há que saber fazê-lo.*

*Há que escavar em busca de
um sentimento profundo.
Pedir licença pra mostrar
a imensidão do mundo.*

*Mineirar é de tudo isso um pouco
e sempre algo de novo.*

*Mineirar é de todas a mais forte
das paixões de um povo.*

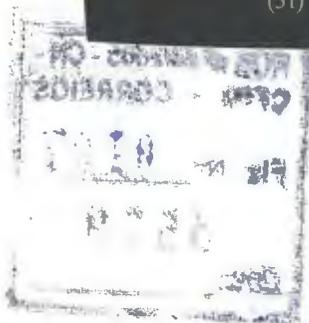
*Mineirar no sorriso, no olhar,
na forma de ver o todo.*

*Mineirar é há 35 anos a razão
do orgulho da Globo.*

*Locução:
Globo Minas 35 anos.
Mineirar é preciso.*

*Jingle e imagens poéticas se unem para
mostrar o lado mineiro da Rede Globo,
no 35º aniversário da Globo Minas.*





SANTA CASA

Dentro de uma incubadora da Santa Casa, vemos uma criança recém-nascida, muito pequenininha. O som dos seus batimentos cardíacos é ouvido durante todo o filme.

Loc. off:

Esta é a Leo.

A Leo nasceu pequenininha, do tamanho da palma de uma mão.

Ela veio para esta incubadora, internada pelo SUS, e só vai sair daqui quando estiver saudável.

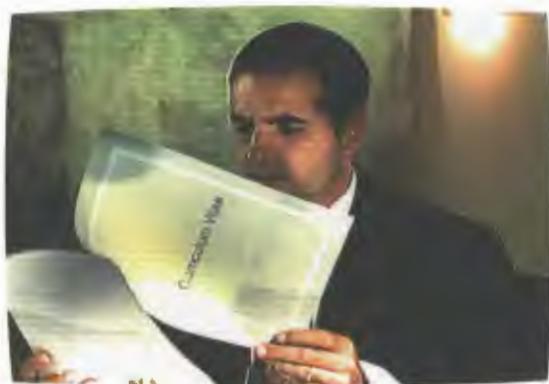
Seus pais não podem pagar pelo seu tratamento, mas a Santa Casa cuida dela assim mesmo.

Você está escutando o coraçãozinho da Leo.

Agora escute o seu e ajude a Santa Casa.

Ligue 3274-1010 e faça sua doação.

Filme criado para sensibilizar os belo-horizontinos e estimular doações para a Santa Casa, uma instituição sem fins lucrativos que tem enfrentado graves problemas financeiros.



MESA

Executivo está sentado em sua mesa analisando – e descartando – uma pilha de currículos. Um deles, contudo, chama sua atenção e o executivo resolve selecioná-lo.

Assim que ele poussa o envelope sobre a mesa, esta despenca, como se não suportasse o peso de um currículo tão "forte".

Locução:

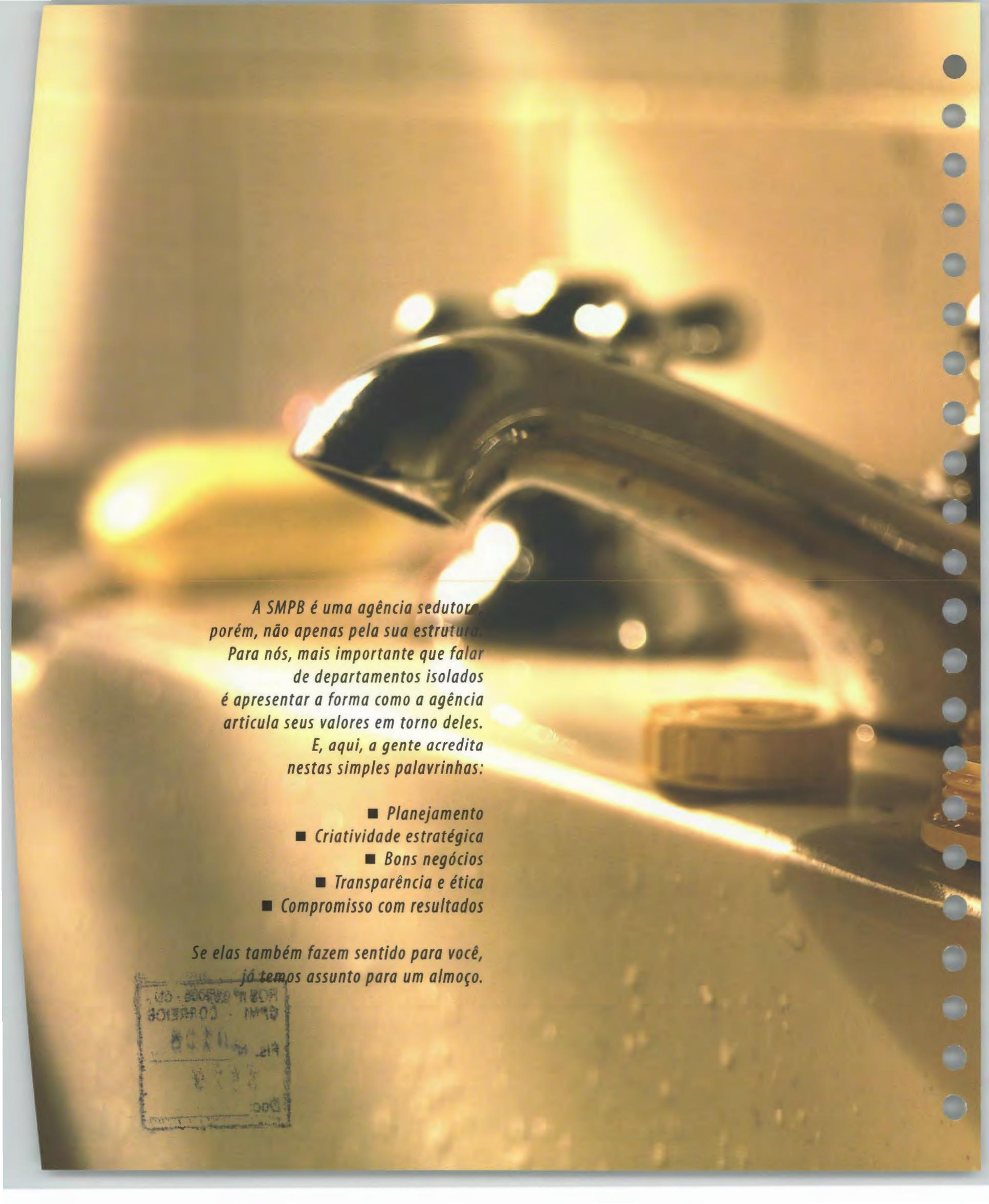
Nada pesa tanto quanto um bom diploma. Vestibular 2003 Fumec.

Corta para assinatura.

O filme reforça um atributo que a SMPB sempre destacou na comunicação da Fumec: a qualidade do ensino.

Afinal de contas, qualquer pessoa que já passou por uma entrevista de emprego sabe o peso de um bom diploma.





*A SMPB é uma agência sedutora,
porém, não apenas pela sua estrutura.
Para nós, mais importante que falar
de departamentos isolados
é apresentar a forma como a agência
articula seus valores em torno deles.*

*E, aqui, a gente acredita
nestas simples palavrinhas:*

- Planejamento
- Criatividade estratégica
- Bons negócios
- Transparência e ética
- Compromisso com resultados

*Se elas também fazem sentido para você,
já temos assunto para um almoço.*





Rádio

NOB Nº 012941-12
PREF. - CAMBUIA
2013
3579

50 ANOS DA RÁDIO ITATIAIA

*Nasci em 40 e quando fiz 12 anos
a minha família me deu um rádio de pilha.
Naquele tempo o carro era rabo-de-peixe,
a mulher rabo-de-saia e a rádio, Itatiaia.*

*Em 58 o meu velho rádio
tocou um rock 'n' roll
e o Brasil marcou um gol.
Em 60 inauguraram Brasília
e em 64 acabou a nossa pilha
(militares em Brasília)*

*Em 68 a Itatiaia já era campeã
e a mulherada arrancava o sutiã.
Anos 70, a frequência modulada apareceu
e causou um zunzunzum.
Troquei meu rádio por um 3 em 1.*

*Anos 80, o sofrimento de Tancredo
ao pé do rádio escutei
e confesso que chorei.
Em 92, com a cara pintada, escutei na Itatiaia:
"Chega de maracutaia".*

*E uma revolução na tecnologia veio em 97,
era uma tal de internet.
O milionário, a madame e o operário
escutam a Itatiaia há um cinquentenário.
Um feliz aniversário!*

*Em ritmo de samba de breque, o jingle
resume os 50 anos de história da Rádio
Itatiaia, a emissora nº 1 de Minas em
esportes e jornalismo.*



BANG-BANG

Menino brincando de bang-bang:

*Pou, pou! Vou acabar com vocês.
Eu sou o xerife deste quarto. Pou, pou.
Ah, ah... Você está aí! Mãos para o alto!*

(silêncio)

Eu disse mão para o alto, forasteiro invisível.

(silêncio)

Mãos para o alto!

Locução:

Seu filho merece férias de verdade.

Assinatura:

*Férias de verdade, só no BH Shopping.
Um mês inteiro de diversão, alegria e brincadeiras incríveis.
BH Shopping. O Shopping de BH.*

BONECA

Menina brincando de boneca:

Oi, boneca, vamos brincar?

(silêncio)

Isso, de casinha está ótimo. Você quer ser a mãe ou a filha?

(silêncio)

Tá. E como você quer se chamar?

(silêncio)

Como? (pausa) Hein?

Locução:

Seu filho merece férias de verdade.

Assinatura:

*Férias de verdade, só no BH Shopping.
Um mês inteiro de diversão, alegria e brincadeiras incríveis.
BH Shopping. O Shopping de BH.*

*Nesta campanha,
o BH Shopping aproveitou o momento
de férias escolares para dizer
que as verdadeiras opções de lazer
para os filhos estão lá.*



JINGLE NAMORADOS

*Goiabada do meu queijo,
Arroz do meu feijão,
Cafezinho do meu leite,
Manteiguinha do meu pão.*

*Você é meu par perfeito,
O coco do meu quindim,
Vou te dar um mordida,
Pegar um pedaço pra mim.*

Locutor:

*Vocês fazem um par perfeito.
Dia dos Namorados BH Shopping.
O presente perfeito está aqui.*

*Um jingle sensual feito para o dia
dos pares perfeitos: o Dia dos Namorados.*



INTERROGATÓRIO

- Muito bem... onde está o dinheiro?
 - Eu não sei.
- Pare de gracinhas. Onde está o dinheiro?
 - Juro que não sei.
- Pela última vez: onde está o dinheiro?
- Já disse que não sei, chefe! E olha que eu procurei em todo lugar: nas lixeiras, nos armários, no RH,...

Locutor:

Se você não fala com cinco números a custo zero,
sua empresa está perdendo dinheiro.

Plano Mais Telemig Celular Empresas.
Escolha cinco números
Telemig Celular e fale com eles de graça.
Quer saber mais? Ligue *1414.

Um spot inspirado nos antigos filmes
policiais para divulgar de maneira divertida
o Plano Mais Telemig Celular Empresas.



TELECOMUNICAÇÃO

*Você ligou para Záz Telecomunicação.
Para saldo da conta, pressione 2.
Para serviços, pressione 4.
Para pedido de emprego, não pressione.
Mande seu currículo e aguarde o retorno.*

Locutor:

*Nesse mercado, a solução é se profissionalizar.
Curso Superior de Gestão de Negócios em Telecomunicação FUMEC.
Diploma em dois anos. Inscrições de 20 a 29 de maio.
Informações: 3228-3060 ou www.fumec.br.*

*Uma espera telefônica inusitada mostra quão
acirrado anda o mercado hoje em dia. Spot
bem-humorado para divulgar um dos cursos
seqüenciais da Fumec.*



NATAL

*Passou o que tinha que passar
Mudou o que teve que mudar
Viveu o que tinha que viver
Correu sem parar pra respirar*

*Mas agora é Natal,
é diferente...*

*Convide a família para entrar
Encante as pessoas do lugar
Abraça a todos que quiser
Deseje o bem a quem vier*

*Pois agora é Natal,
é diferente,
é astral,
bola pra frente.
É Natal em BH.*

BH Shopping. Natal para quem acredita.

É Natal no BH.

*O Natal uma época de alegria
e alto-astral. — exatamente —
passar
novo tempo.*





CARLOS BITENCOURT
ATENDIMENTO



NEIDE SANTIAGO
REVISORA

CARLOS CAMPOS
GARÇOM

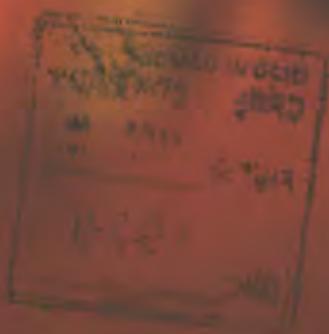


ALEX ALENCAR
REDATOR

MARCOS PINA
DIRETOR DE ARTE



MARCELLE RIBEIRO
MIDI





MÁRCIA LIMA
REDATORA



SÉRGIO BAHIA
ARTE-FINALISTA



MARCELO FRANCHINI
GERENTE DE CONTAS



SIDNEY DIAS
ARTE-FINALISTA

ELEN MARIZE
GERENTE ADMINISTRATIVO



MARCOS CAMARGOS
REDATOR



KETIA DIAS
GERENTE FINANCEIRO



RENÉ BIONOR
DIRETOR DE ARTE



ANDRÉIA SILVA
SEC. ATENDIMENTO



DÉBORA SIMÕES
GERENTE DE CONTAS



800 nº 0812005 - GR
CORREIOS
Fliz. Nº 0202
357-9
Doc:



ORLANDO MARTINS
SUP. SERVIÇOS GERAIS

CLÁUDIA LULA
GERENTE DE MÍDIA

ANA PAULA
DIRETORA DE CONTAS



GUILHERME GONÇALVES
PRODUTOR GRÁFICO



DEDALUS BUENO
ILUSTRADOR

ALARICO NAVES
DIRETOR DE MÍDIA

*Trabalhar com comunicação
é descobrir a cada dia uma maneira
de visitar a casa ou a vida
de milhares de pessoas.
Mais que isso, transformar essa visita
em algo agradável, que fica guardado na lembrança.
É o que a gente chama de recall.*

*Este é o compromisso da SMPB.
Se também é o seu objetivo, vamos ter um case?*



smpb COMUNICAÇÃO

BELO HORIZONTE

RUA INCONFIDENTES, 1190 - 7º e 8º ANDARES

CEP 30140-120

TEL. (31) 3247-6644 - FAX (31) 3247-6606

smpb@smpb.com.br

BRASÍLIA

SBN - QUADRA 1 - BLOCO B - LOTE 24

SALAS 201/202 - ED. CNC

CEP 70040-010

TEL. (61) 328-0423 - FAX (61) 328-0319

smpb-df@smpb.com.br

www.smpb.com.br