


A vibrant street scene in a coastal town. On the left is a large, multi-story building painted in a bright turquoise color with white trim and balconies. The street is lined with palm trees and other colorful buildings. A large black SUV is driving down the road. In the foreground, a woman is pushing a stroller with a child. The sky is blue with scattered white clouds.

# A private celebration

(Uma comemoração privada)

GRUPO J – ERIC ACHADO, ISABELLA PICCHI, ISADORA  
BISOGNIN, LUAN MORAES, LUCAS SANTANA






Este capítulo do filme trata de como as marcas tomam o espaço público e como isso não é apenas propaganda.


Como explicado no documentário, as marcas produzem significado.

GRANDES MARCAS NÃO VENDEM SOMENTE SEUS PRODUTOS, VENDEM PRINCIPALMENTE O ESTILO DE VIDA QUE O SEU LOGO PROPORCIONA.



A cidade de Celebration, Florida é uma construção da Walt Disney e ela basicamente é a materialização do estilo de vida que a marca Disney vende.

"Disney world, Disneyland is a logical extension of their brand".



Este capítulo do filme termina com uma provocação bastante interessante: O que aconteceria se acordássemos um dia e nossas relações estivessem baseadas em relações comerciais ?