

FILME: GERDAU. O PALCO INFINITO



GERDAU

O futuro se molda

#GERDAU
NO PALCO
MUNDO



A GERDAU

A Gerdau é a **maior empresa brasileira produtora de aço e uma das principais fornecedoras de aços longos nas Américas e de aços especiais no mundo**. No Brasil, também produz aços planos e minério de ferro, atividades que ampliam o mix de produtos oferecidos ao mercado e a competitividade das operações.

Hoje, a companhia de capital aberto possui operações nas Américas, e está presente em nove países com mais de 36 mil colaboradores, sendo 11 mil colaboradores em Minas Gerais.

Há mais de 122 anos contribui para o desenvolvimento e legado para a sociedade e nos últimos anos se reinventou: transformou-se em uma **organização ainda mais focada em pessoas, mais digital e ágil, sustentável, inovadora, diversa e inclusiva, mantendo um sólido desempenho**

financeiro. Esta história, escrita por milhares de mãos e que começou no Rio Grande do Sul, rompeu paradigmas e segue comprometida em construir um ciclo sustentável de crescimento. Seu compromisso é ser uma **agente de transformação social e de preservação ambiental nas regiões onde opera**.

A Gerdau entende que a força do aço não está apenas em sua estrutura, mas também nas relações que estabelece com seus públicos e no impacto social e econômico positivo que gera nas regiões onde atua.

A Gerdau é a maior recicladora da América Latina e transforma anualmente 11 milhões de toneladas de sucata em aço.



A GERDAU

EM NÚMEROS

■ **32**
unidades
produtoras
de aço.

■ Presença em
9 países

■ **250**
mil hectares de base florestal,
entre plantios de eucalipto e
áreas de preservação.

■ Ações negociadas na Bolsa
de Valores de **São Paulo,**
Nova York e Madri.

■ **36.000**
colaboradores diretos
e indiretos no mundo.

■ Receita líquida:
R\$ 82.4
bilhões

■ Maior recicladora de sucata
ferrosa da América Latina:
transforma anualmente

11 milhões

de toneladas de sucata em aço
nas operações que mantém no
Brasil e no mundo.

■ **2**
minas de minério
de ferro.

■ **75**
lojas da Comercial
Gerdau.



O AÇO QUE MOLDA UM FUTURO MAIS SUSTENTÁVEL

O aço é um material 100% reciclável, que pode ser reciclado infinitas vezes sem perder suas propriedades. A reciclagem tem efeitos positivos na mitigação das mudanças climáticas: poupa recursos naturais e reduz o consumo de energia e a emissão de gases de efeito estufa.

A Gerdau se orgulha em trabalhar alinhada às práticas ESG. Atualmente, **é a maior recicladora de sucata metálica da América Latina. Isso significa que 73% do aço produzido é feito a partir deste material, e cada tonelada de aço produzida com sucata ferrosa equivale a deixar de emitir 1,5 tonelada de gases causadores de efeito estufa.**

Todo ano na Gerdau, **11 milhões de toneladas de sucata são transformadas em diversos produtos de aço.** Esse modelo de produção com matriz sustentável garante uma posição de destaque mundial no setor.

Além do impacto ambiental, o **processo de reciclagem atua diretamente no social e governança**, por incluir milhares de cooperativas e pessoas em sua cadeia de geração de renda, **impactando mais de 1 milhão de pessoas.**

A empresa participa ainda de projetos voltados ao empreendedorismo para estímulo à reciclagem, à reutilização de materiais e ao consumo consciente e apoia iniciativas com o objetivo de fomentar a reciclagem de materiais e melhorar a qualidade de vida da população engajada com essa iniciativa.

Além disso, a Gerdau reaproveita cerca de 98% da água usada em seus processos industriais e 78% de todos os resíduos gerados.

A companhia brasileira possui uma das menores médias mundiais de emissão de CO₂ da indústria do aço. As emissões de gases causadores de efeito estufa somam 0,90 tonelada de CO₂ por tonelada de **aço produzido**, o que representa aproximadamente a metade da média global da indústria do aço, tendo como base dados da Associação Mundial do Aço (Worldsteel Association).

A meta é até 2031 reduzir as emissões de carbono da companhia para 0,83t de CO₂ e por tonelada de aço, conquistando, em 2050, a ambição de ser carbono neutro.

Resultado da adoção de uma matriz de produção que tem a reciclagem de sucata ferrosa como a principal matéria-prima e o uso de carvão vegetal de florestas plantadas.

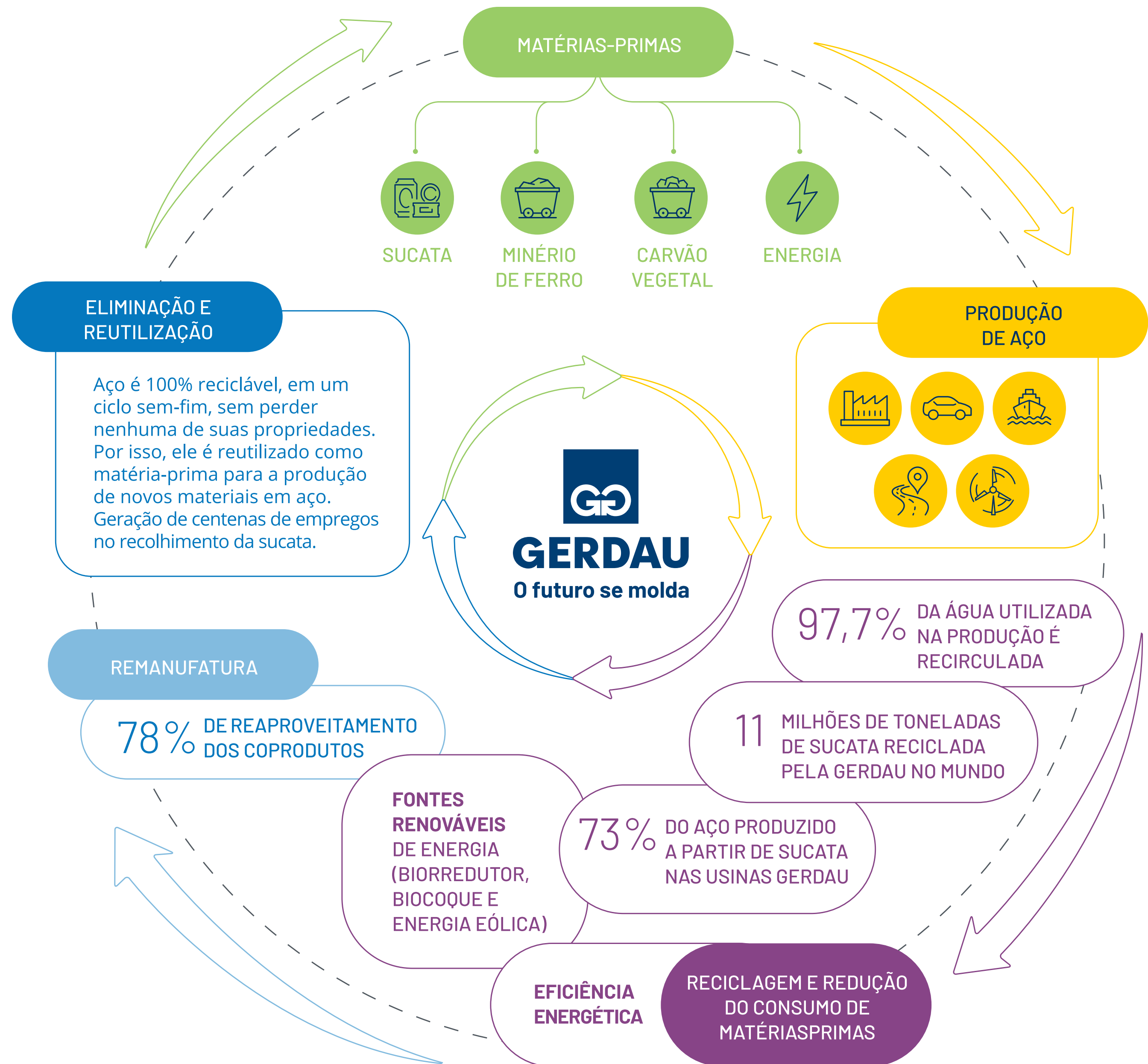


“O aço é um material essencial e insubstituível, infinitamente e 100% reciclável, que está na vida de milhões de pessoas em diversos momentos ou lugares de suas rotinas, nas casas e nos meios de transporte. O aço está presente nas novas tecnologias de produção de energia, como insumo de painéis solares e torres eólicas, e nas novas soluções em infraestrutura, sendo, então, um material crucial para o processo de descarbonização do planeta.”

Cenira Nunes, gerente-geral de Meio Ambiente da Gerdau



CICLO DE VIDA DO AÇO E ECONOMIA CIRCULAR NA GERDAU



DESAFIOS AO LONGO DO CAMINHO

Mas apesar de todos os avanços, a **Gerdau ainda se depara com um dilema em relação à sua imagem e reputação, mesmo tendo um dos modelos de produção de menor impacto ambiental do mundo**, devido, principalmente, à matriz de reciclagem de sucata e ao cultivo de florestas de eucalipto, uma fonte de energia renovável.

A produção de aço, um produto essencial na vida das pessoas, levanta algumas discussões em relação ao seu impacto social e ambiental. Segundo dados da Worldsteel Association, a siderurgia responde por quase 10% da pegada de carbono global. Outra questão é a associação do setor ao de mineração, que produz o principal insumo para produção do aço, o minério de ferro. O rompimento de duas barragens em Mariana (2015) e Brumadinho (2019), mesmo sendo de outras empresas, também impactaram negativamente o setor como um todo.

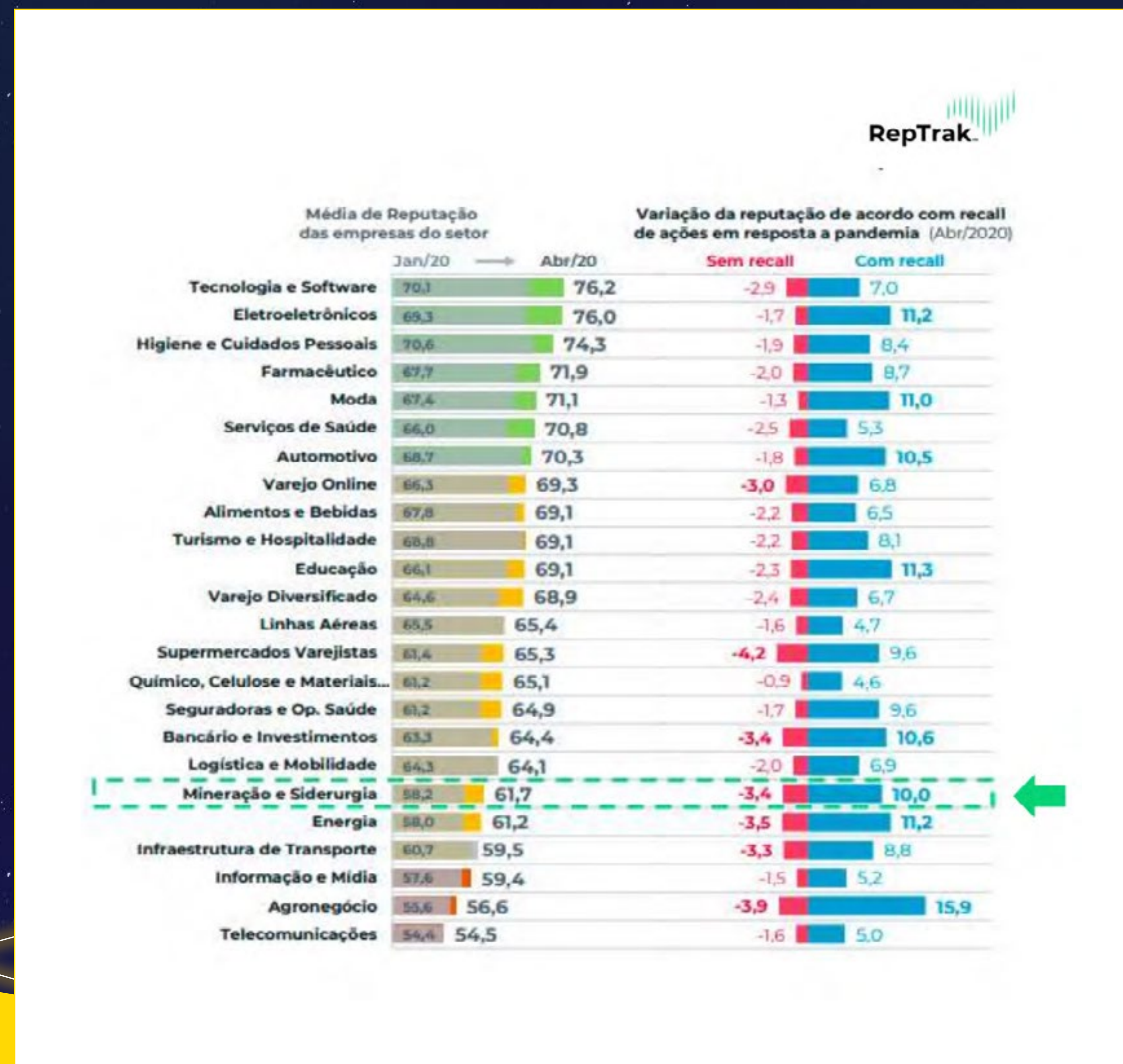
Por ser uma atividade extrativista, de importante impacto visual e ambiental, a mineração já tinha uma reputação desafiadora no Brasil, segundo dados do Reputation Institute.



Todos esses desafios de imagem, além de dificultarem a trajetória de reputação e marca da Gerdau, tornavam mais difícil a atração de novos talentos. A empresa vinha tendo dificuldades para buscar profissionais de perfis mais jovens, especialmente nas áreas de inovação, tecnologia e engenharia.

Nesse sentido, **em 2021, quando completou 120 anos, a Gerdau assumiu a responsabilidade de construir um novo posicionamento de marca, tendo como ponto focal a diferenciação da empresa em relação ao seu setor.**

Esse tipo de dilema reputacional, não só dificulta a licença social para operar, como também afasta as novas gerações de desejarem fazer suas carreiras em indústrias de base, como de clientes de buscarem alternativas ao aço.



MOLDANDO NOSSO PRINCIPAL DIFERENCIAL

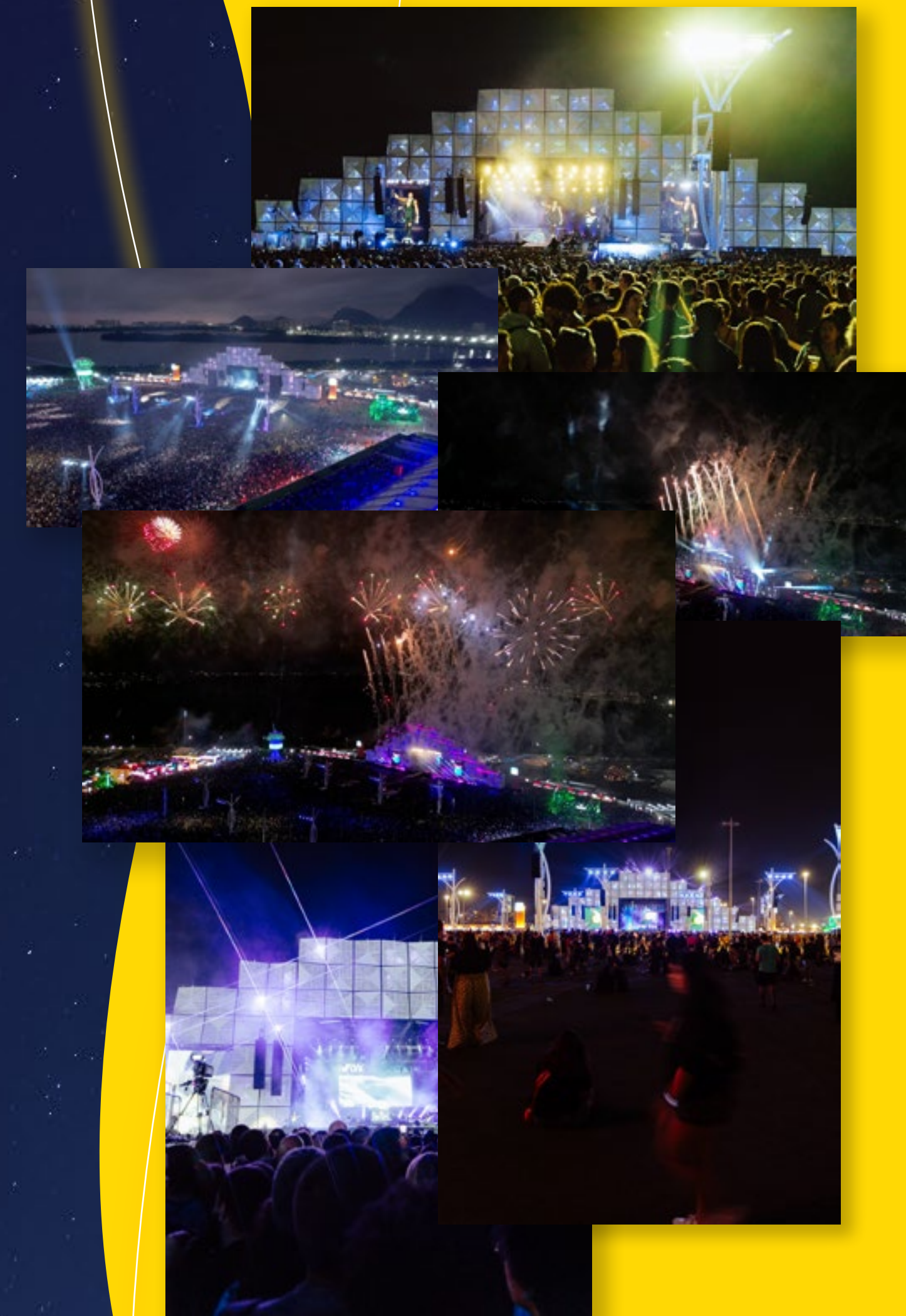
Uma das estratégias adotadas para acelerar essa mudança de imagem foi a busca por associar a marca Gerdau às marcas já bem-posicionadas nos targets da empresa: população jovem, preservação ambiental, responsabilidade social e inovação.

Assim nasceu a parceria entre a Gerdau e o Rock in Rio. Em 2022, com o intuito de contribuir para melhorar essa imagem pré-estabelecida da siderurgia no Brasil, e com um desejo latente de ser parte de soluções para os dilemas da sociedade, a Gerdau firmou **uma parceria com o Rock in Rio Brasil 2022 para ser o aço oficial do festival e a fornecedora de aço para o Palco Mundo**, onde ocorreram os principais shows, com grandes nomes da música nacional como Ivete Sangalo (a cantora que mais vezes subiu ao Palco Mundo na história do Rock in Rio), Alok, Sepultura e Djavan, e internacional como Iron Maiden, Justin Bieber, Guns n' Roses, Dua Lipa, Green Day e Coldplay.

O Rock in Rio é muito mais do que um festival de música e entretenimento, ele é um ambiente de promoção de experiência, que agrega valor àquelas empresas que, quando em sinergia com a visão e os objetivos do evento, escolhem estar presentes na **Cidade do Rock**

A Gerdau encontrou no maior festival de música e entretenimento do mundo a oportunidade de desenvolver uma narrativa potente, moderna e sobretudo de posicionar seus atributos de forma simbólica.

Estiveram presentes 700 mil pessoas, sendo 420 mil de fora do Rio de Janeiro e 10 mil de 31 países, além de mais de 140 milhões de espectadores. Foram 28 mil pessoas trabalhando no evento e mais de 1.255 artistas, 200 ativações de marcas e restaurantes, com 243 mil produtos à venda.

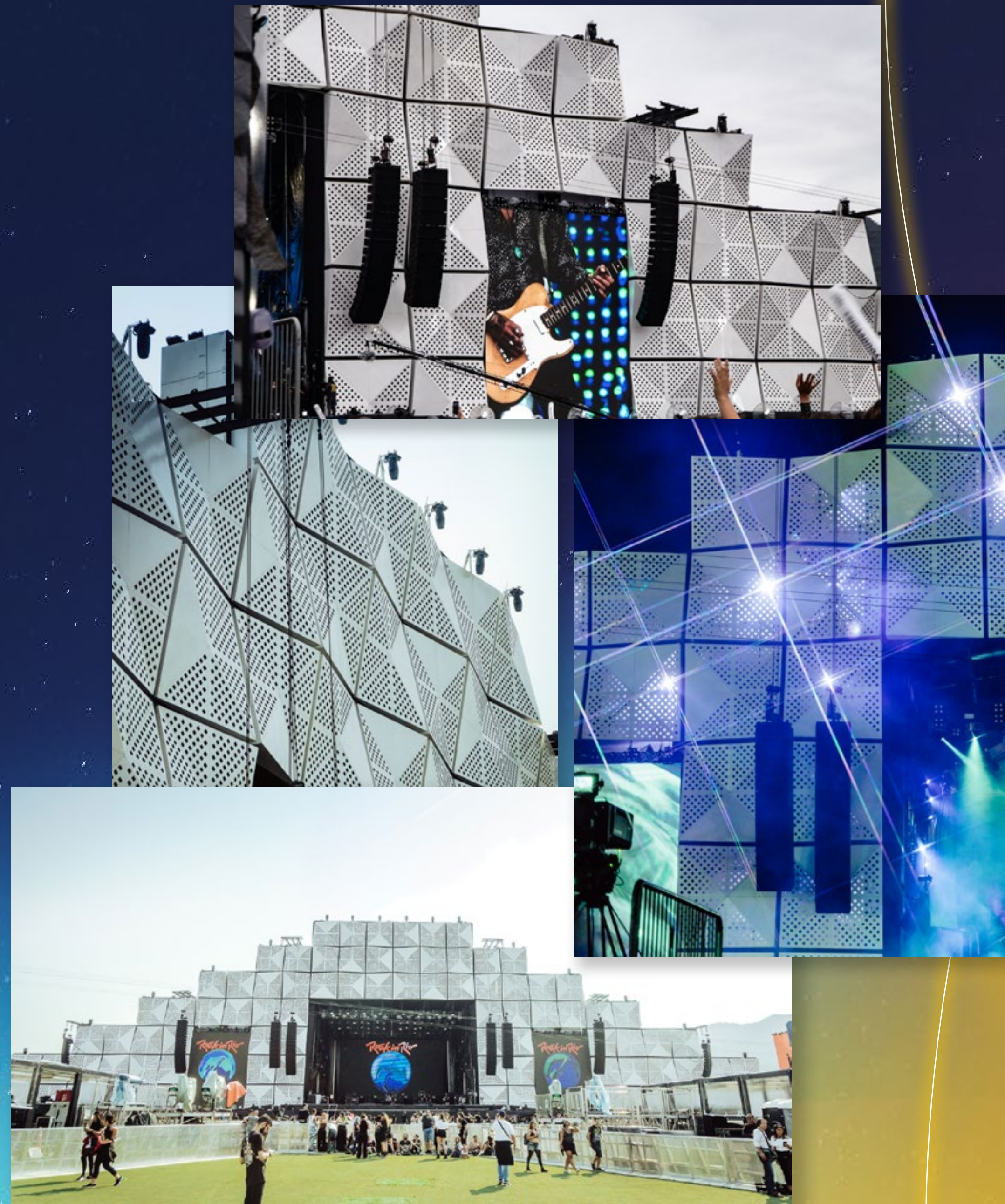


O AÇO, O GRANDE PROTAGONISTA

O Palco Mundo, feito totalmente de aço Gerdau, **um produto 100% reciclável**, ganhou proporções nunca vistas na história do festival, que é realizado desde 1985 aqui no Brasil. Sua estrutura modular imponente contou com quase 200 toneladas de aço – equivalentes à fabricação de 200 carros, ganhando a posição de maior palco da história do festival.

Com mais de 100 metros lineares de largura e uma altura proporcional a um edifício de 10 andares, a estrutura colossal do Palco Mundo simbolizou a volta do Rock in Rio após a pandemia da Covid-19. Este emblemático retorno veio com a responsabilidade de servir de exemplo e inspiração para o público, fosse ele visitante do festival ou não, afinal **o aço está em tudo**.

O poder disseminador do festival, aliado ao modelo de produção da Gerdau, inovador e sustentável, formaram a parceria perfeita neste mundo em transformação e os colocaram como parte das soluções aos dilemas e desafios da sociedade.



DESAFIO

Se por um lado a presença da Gerdau no festival era uma oportunidade de posicionamento da empresa, por outro, apesar de um público grande para padrões de festival, o impacto da parceria com o Rock in Rio ficava restrito aos presentes no evento.

Como levar a associação de marca da Gerdau com o Rock in Rio, a mensagem da economia circular e o conceito da reciclagem de sucata para mais pessoas, expandindo os horizontes físicos do festival? Por meio do audiovisual.

Assim nasce a proposta de materializar em um vídeo todo o conceito levado para o Rock in Rio, traduzindo a responsabilidade social e ambiental da Gerdau e o DNA do que estava por trás do maior Palco Mundo da história do festival.



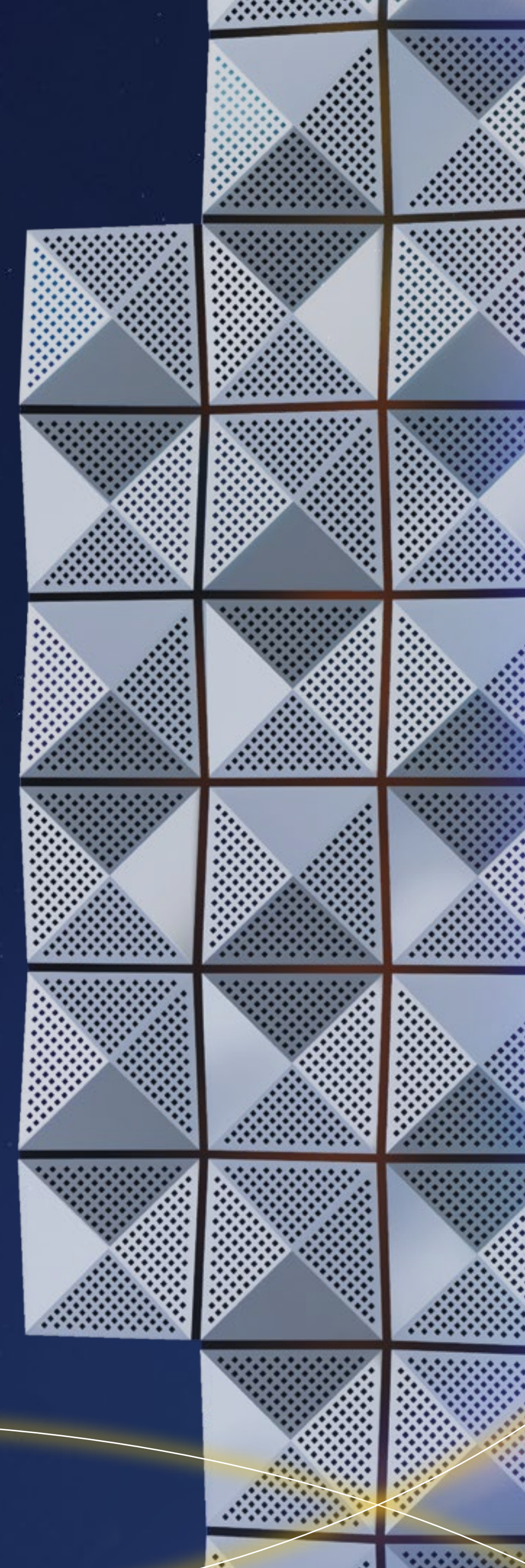
LUZ, CÂMERA E TRANSFORMAÇÃO

A Gerdau queria estabelecer um diálogo com toda a população para além do festival. Então, diante de todo este contexto e para reforçar ainda mais a sua responsabilidade com o futuro, a empresa produziu o **FILME "GERDAU. O PALCO INFINITO"**, que dialogou e interagiu com o Brasil todo – antes, durante e depois do festival, **alavancando a história que esteve por trás da construção do Palco Mundo.**

A produção audiovisual buscou conscientizar, ampliar o diálogo sobre essa jornada e por que não emocionar sobre o espetáculo e magnífico processo da reciclagem: o caminho do aço até o Palco Mundo.

O formato vídeo foi escolhido por humanizar o processo de produção do aço, contando a jornada da reciclagem, que fez do Palco Mundo grandioso não apenas pelo seu tamanho, mas pelo impacto social e ambiental gerado na sociedade.

O filme teve como objetivo reforçar algumas mensagens trabalhadas no novo posicionamento de marca da Gerdau. Uma delas é que o **futuro é construído por várias mãos.** O aço usado no palco sai de diferentes regiões do país, em que a empresa está presente, em um trabalho silencioso e quase imperceptível, em que sucata metálica é reciclada, transformando-se em estruturas para o palco, construindo uma nova história. Uma economia circular que envolve uma cadeia de mais de um milhão de pessoas, incluindo catadores e cooperativas, que fazem parte do processo de reciclagem da Gerdau. E, principalmente, reforçando a mensagem de que **o aço é 100% reciclável.** Ele ajuda a moldar o futuro, podendo ser eternamente reaproveitado quando deixar de ser palco, transformando-se em casas, edifícios, carros, centros hospitalares, entre tantas outras oportunidades.



“Ficamos muito orgulhosos de levar o aço da Gerdau ao maior festival de música e entretenimento do planeta. O mesmo aço que gera milhares de empregos, recicla mais de 11 milhões de toneladas de sucata e proporciona soluções de mobilidade e construção deu espaço para alguns dos maiores artistas do mundo, levando esperança e alegria para as milhares de pessoas que acompanharam o festival. Essa parceria com o Rock in Rio, que foi muito além do aço, unindo tecnologia e conhecimentos, reforçou o processo de modernização e inovação pelo qual a Gerdau tem passado.”

Gustavo Werneck,
CEO da Gerdau



O AÇO ESTÁ EM TUDO, INCLUSIVE NA MÚSICA

O filme precisava unir dois desafios:

1

Contar uma história que apresentasse ao público o modelo de produção da Gerdau, tendo a reciclagem como carro chefe, o que impacta positivamente o meio ambiente e a geração de mais de 1 milhão de empregos.

2

Criar uma narrativa moderna, alinhada ao modelo de comunicação de um festival de rock, descolando-se de um vídeo institucional tradicional. Era preciso entrar no clima do rock, mas com conteúdo!

UMA HISTÓRIA SENDO CONTADA

O filme retrata a jornada da reciclagem, por meio da história de um menino de periferia, representando um estereótipo da sociedade brasileira, cheio de sonhos e desejos de mudanças por meio de atitudes simples, consciente e sustentável.

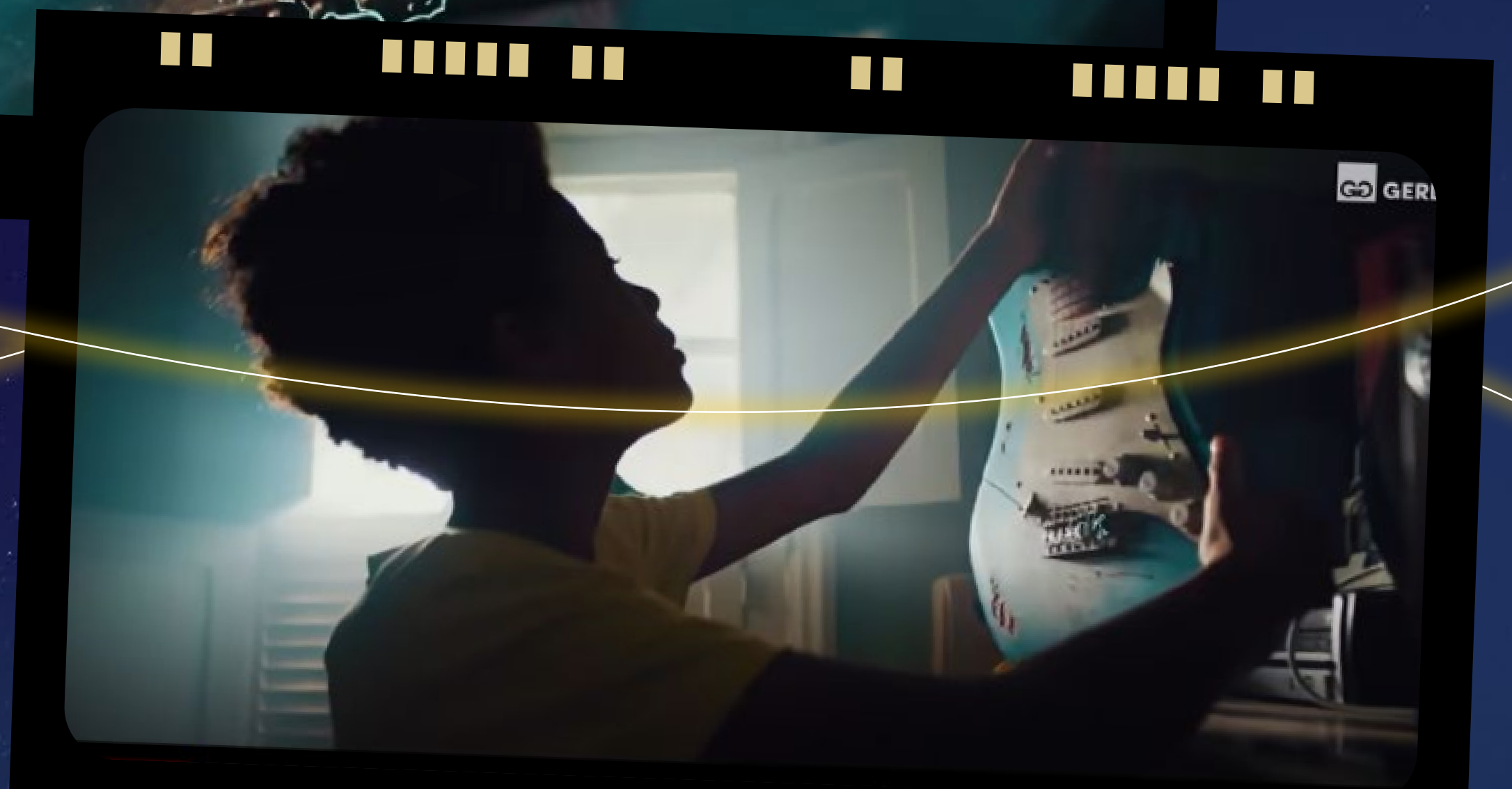
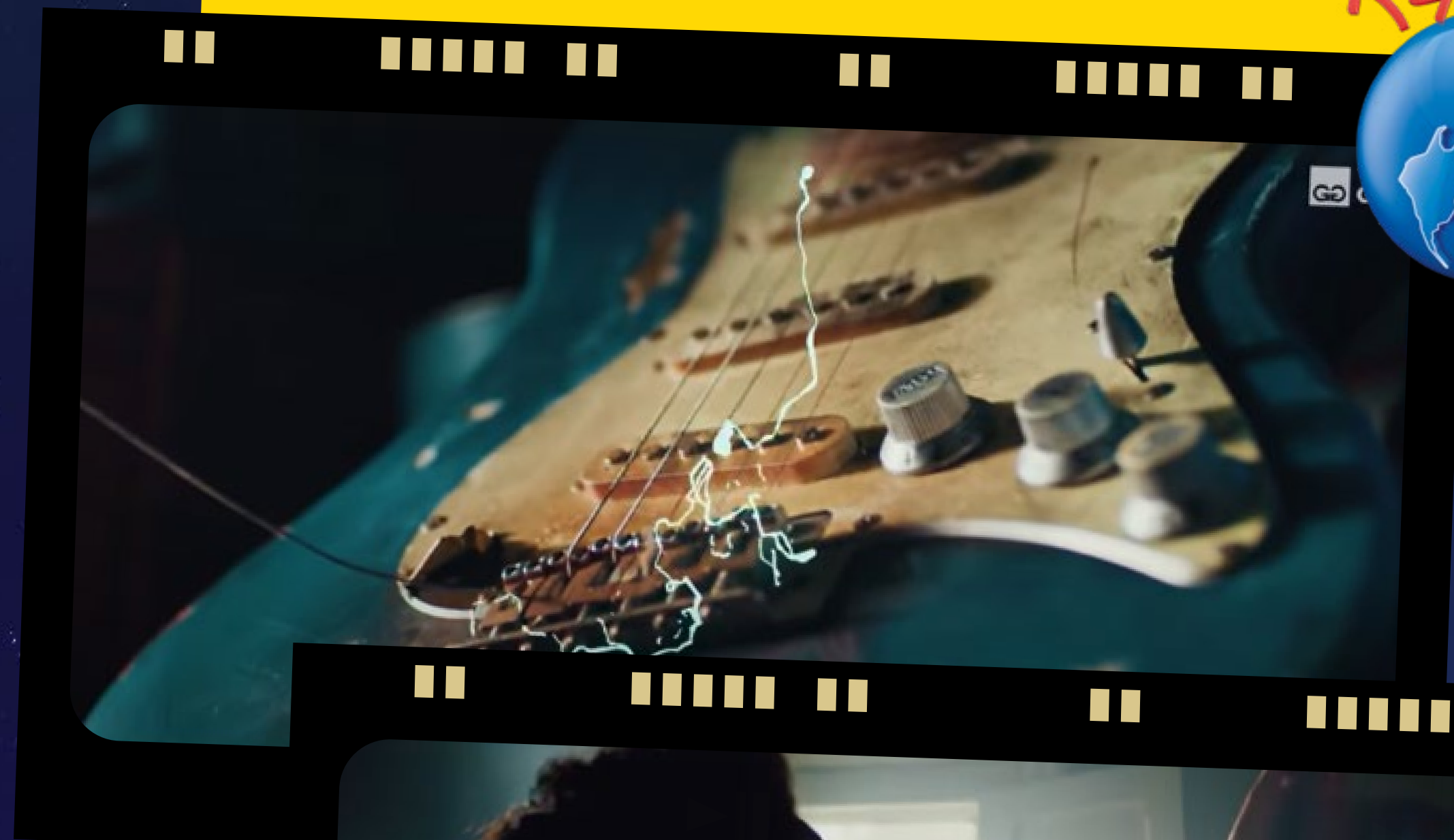
Na história, a criança está em sua casa, que pode estar situada em qualquer rua de um estado brasileiro, transmitindo a ideia de que o aço para reciclagem está presente em tudo e em todos os cantos, inclusive nas nossas casas.



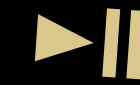
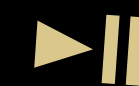
Após ver o carro da reciclagem, ele escolhe sua guitarra usada, aparentemente velha e sem utilidade, que poderia simplesmente continuar em um canto da casa ou ir para o lixo, e a entrega para a reciclagem. As cordas da guitarra e outras partes do instrumento são compostas de aço.

Aqui, era preciso buscar um elemento lúdico, que unisse a reciclagem e o rock. A guitarra é o símbolo característico do Rock in Rio, por isso, buscou-se representar numa guitarra velha, que tem suas cordas de aço, uma metáfora para dar vida ao processo de transformação da sucata no novo Palco Mundo do Rock in Rio.


Rock in Rio




A partir do recolhimento do instrumento do garoto, a Gerdau começa a mostrar como é o universo da reciclagem no Brasil: os materiais são recolhidos com a ajuda de profissionais catadores e sucateiros que percorrem, geralmente em carros populares, as ruas das cidades brasileiras em busca de materiais. Os materiais recolhidos, neste caso, a guitarra do garoto, são levados para pátios de sucatas, onde são separados e direcionados à uma usina da Gerdau, onde são transformados em aço novo, infinitamente reciclável.




A Gerdau fez questão de mostrar imagens reais da usina de produção de aço, o pátio de sucata e o aço sendo transformado, com o objetivo de reforçar o seu modelo de produção e seu posicionamento no mercado.



O AÇO TAMBÉM ESTÁ PRESENTE NA MÚSICA, INCLUINDO AS CORDAS DAS GUITARRAS



USINA DE ARAÇARIGUAMA-SP
73% DO NOSSO AÇO VEM DA RECICLAGEM DE SUCATA METÁLICA



ESSE MODELO DE PRODUÇÃO COLOCA A GERDAU ENTRE AS PRODUTORAS DE AÇO DE MENOR EMISSÃO DE CO₂ NO MUNDO

Após ser reciclada, a guitarra velha se transformou novamente em aço e fez parte da montagem da maior estrutura já projetada para o palco principal do Rock in Rio. Ela finalmente, já transformada, chega à cidade do Rio de Janeiro e à tão conhecida Cidade do Rock.

O Palco Mundo contou com uma estrutura modular imponente com quase 200 toneladas de aço – equivalentes à fabricação de 200 carros, com mais de 100 metros lineares de largura e uma altura proporcional a um edifício de 10 andares.



Ao final, os letterings com a textura do aço, e com a trilha adaptada do festival, reforçam as principais mensagens do filme e geram um final emocionante.

O modelo de produção da Gerdau tem a reciclagem como carro-chefe, o que impacta positivamente o meio ambiente e a geração de mais de 1 milhão de empregos.

QUANDO
A MAIOR
EMPRESA
BRASILEIRA
PRODUTORA
DE AÇO

SE UNE AO
MAIOR FESTIVAL
DE MÚSICA E
ENTRETENIMENTO
DO MUNDO

GO GERDAU

O RESULTADO
SÓ PODE
TERMINAR
EM UM

GRANDE
PALCO

GO GERDAU

UMA TRILHA PARA EMOCIONAR

A trilha sonora é a mesma trilha tema do Rock in Rio, marca registrada do festival, que transmite emoção e identificação desde o início da projeção. Ela é tradicionalmente tocada em uma queima de fogos que acontece no próprio Palco Mundo e nada melhor que usá-la para contar a história da construção do novo Palco Mundo

Composta pelo maestro Eduardo Souto Neto, a música transmite potência, a animação de todos em busca de algo melhor. Traz toda essa força, esperança e união de depositar energia na conquista de um mundo novo, que só depende da nossa vontade de fazer acontecer. Intencionalmente, essa foi a música utilizada pelo nível de conhecimento que ela já tem do grande público e pela associação imediata que traria da história do festival.

O AÇO GERDAU, QUE ESTÁ NA VIDA DAS PESSOAS, CHEGOU AO MAIOR PALCO DO ROCK IN RIO BRASIL 2022 POR MEIO DA RECICLAGEM. O ROCK IN RIO AGORA TERÁ SEU PRIMEIRO PALCO 100% RECICLÁVEL.



DÁ PLAY!

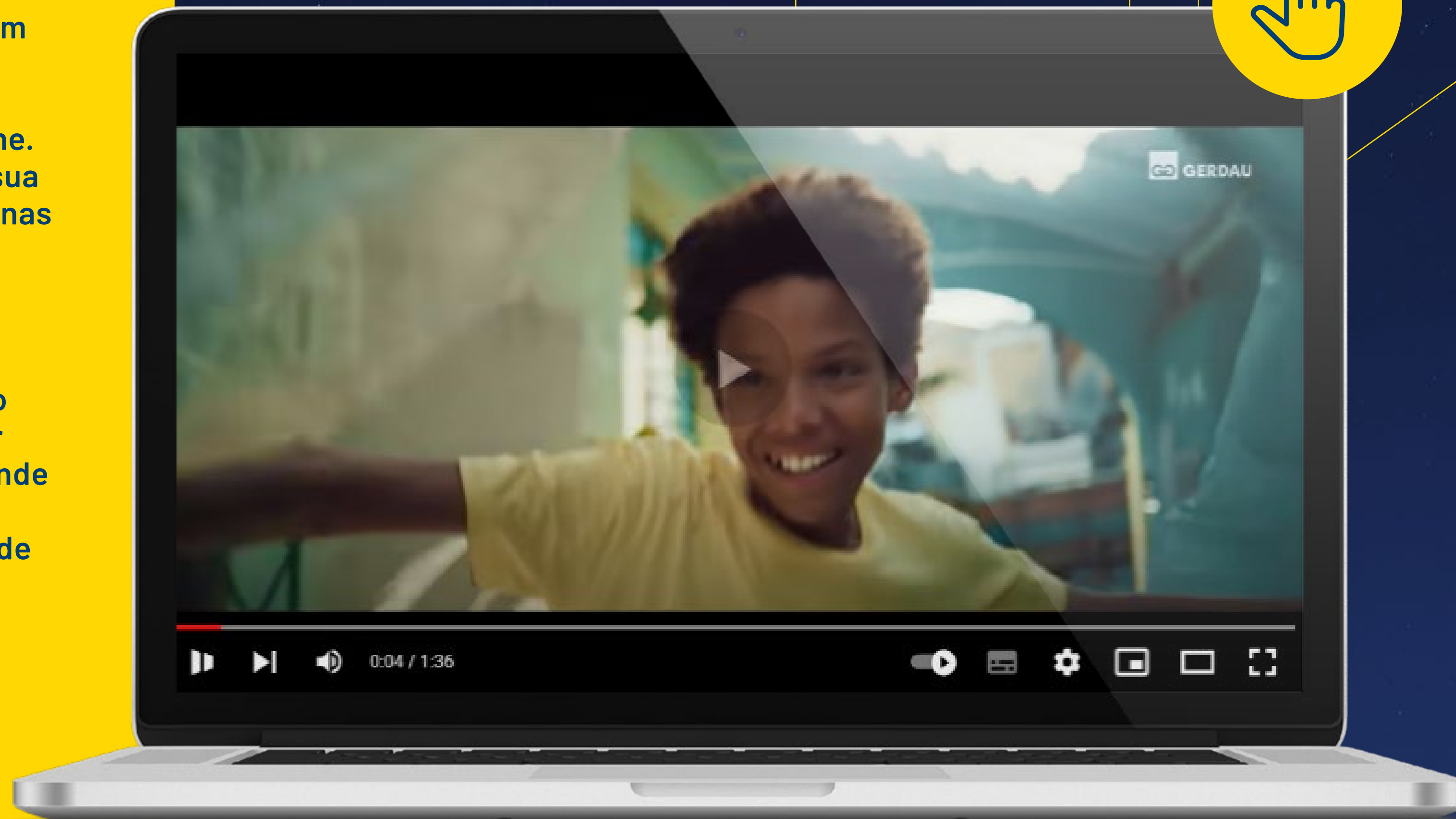
O filme foi produzido nos idiomas português, inglês e espanhol, gerado em três versões: 1'36", 1' e 30".

■ 1'36": Esta é a versão principal do filme. Foi lançada na coletiva de imprensa e sua divulgação contou com amplo alcance nas redes sociais, sendo também utilizado como landing page nas plataformas digitais.

■ 1": Foi gerada uma versão reduzida do filme com máximo de 1 minuto para ser utilizada em abertura de eventos e grande mídia. Por conta de sua importância, o vídeo se torna o material institucional de audiovisual da companhia no ano.

■ 30": Adicionalmente, foi produzida uma versão de 30 segundos voltada especificamente à exibição em TVs.

Para assistir ao vídeo na versão principal, [clique aqui](#).



ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

Por meio do audiovisual a Gerdau conseguiu expandir o storytelling de sua participação no Rock in Rio para muito mais pessoas. O audiovisual foi o principal meio de comunicação para alavancar o alcance da mensagem para além do festival.



Uma coletiva memorável que marcou uma parceria de sucesso

O filme foi lançado, de forma totalmente inédita, na Coletiva de Imprensa, um megaevento realizado pela Gerdau, no Rio de Janeiro, onde acontece o festival. A ação foi realizada no Hotel Prodigy Santos Dumont, que possui vista para três importantes símbolos da cidade: o Corcovado, o Cristo Redentor e a Baía de Guanabara, para os convidados sentirem uma **experiência genuinamente carioca**.

A estratégia adotada foi realizar uma coletiva marcante e icônica para lançamento oficial do filme e para anunciar todos os detalhes do maior Palco Mundo da história do Rock in Rio, dando largada à parceria de forma marcante.

A coletiva de imprensa contou com a presença do CEO da Gerdau, Gustavo Werneck; do CEO do Rock in Rio, Luis Justo; da cantora Ivete Sangalo – estrategicamente convidada por ser a parceira da Gerdau, influenciadora dos temas de reciclagem e do novo Palco Mundo, e a cantora que mais que mais vezes se apresentou no Palco Mundo do Rock in Rio em toda a história do festival; e de 221 influenciadores e jornalistas de editorias diversas (inovação, tecnologia, sustentabilidade, cultura, celebridades, marketing, geral etc.) e de vários veículos do Rio de Janeiro, São Paulo, Bahia, Rio Grande do Sul e Minas Gerais.

Para amplificar o que foi anunciado na coletiva, a Gerdau fez uma transmissão online para os jornalistas que não puderam estar presentes, aumentando assim o alcance do evento, sendo transmitido também nos canais próprios da Ivete Sangalo e do Rock in Rio. Com o lançamento do filme na coletiva, a Gerdau fortaleceu o novo posicionamento da marca com os jornalistas e influenciadores, contando sua história de um jeito lúdico e leve.



Coletiva de Imprensa, no Rio de Janeiro

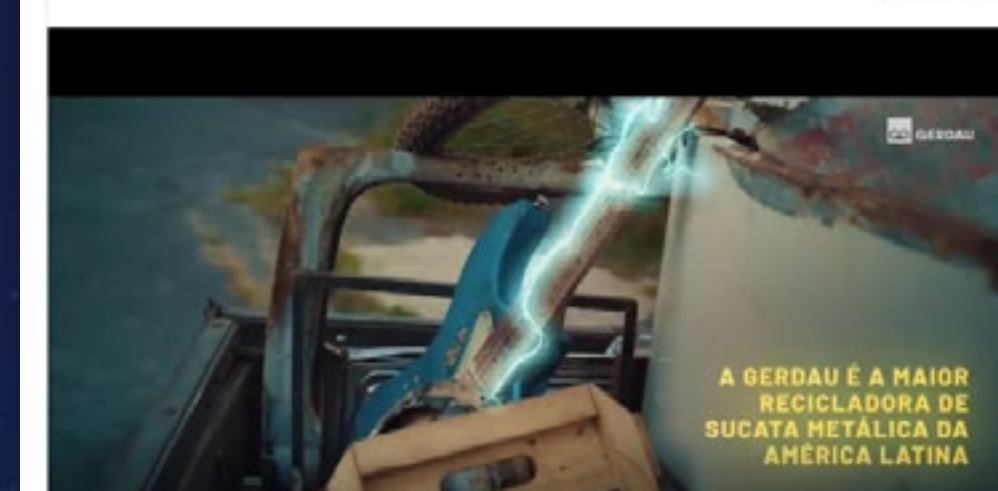


Lançamento do filme na Coletiva de Imprensa, no Rio de Janeiro, que contou com a presença da cantora Ivete Sangalo.

Público interno

Após o exclusivo lançamento na Coletiva de Imprensa, o público interno teve a oportunidade de conhecer o projeto, a fim de reforçar o sentimento de pertencimento e orgulho. O filme foi divulgado na TV Corporativa (em todas as unidades do Brasil), na Intranet, nos elevadores do escritório, em prisms de mesas e móveis (compartilhamento via QR Code), por e-mail marketing e na newsletter "Aproxima Gerdau". Muitos colaboradores compartilharam o filme de forma orgânica em suas redes sociais, o que gerou uma divulgação ainda maior da ação.

O filme também foi traduzido para o inglês e espanhol e disponibilizado às equipes de comunicação dos países em que a Gerdau está presente: Estados Unidos, Canadá, Argentina, Uruguai, Peru, República Dominicana, México e Colômbia.



Colaboradores, inclusive, ativaram espontaneamente o vídeo em suas redes sociais.

A laptop screen displaying a promotional banner for Gerdau's participation in Rock in Rio 2022. The banner features the Gerdau logo and the Rock in Rio logo. The main text reads: "Nos enche de orgulho contar que o Palco Mundo tem aço Gerdau e que somos o aço oficial do Rock in Rio Brasil 2022!". Below this, there is a video player with a play button and the text "ASSISTA AO VÍDEO ESPECIAL!". At the bottom, there is a section titled "CLIQUE E ACESSE AGORA MESMO:" with several buttons: "BANNER DE REDES SOCIAIS", "POST PARA REDES SOCIAIS", "VIDEO ESPECIAL", "CARD PARA WHATSAPP", "BACKGROUND PARA HS TEAMS", and "WALLPAPER".

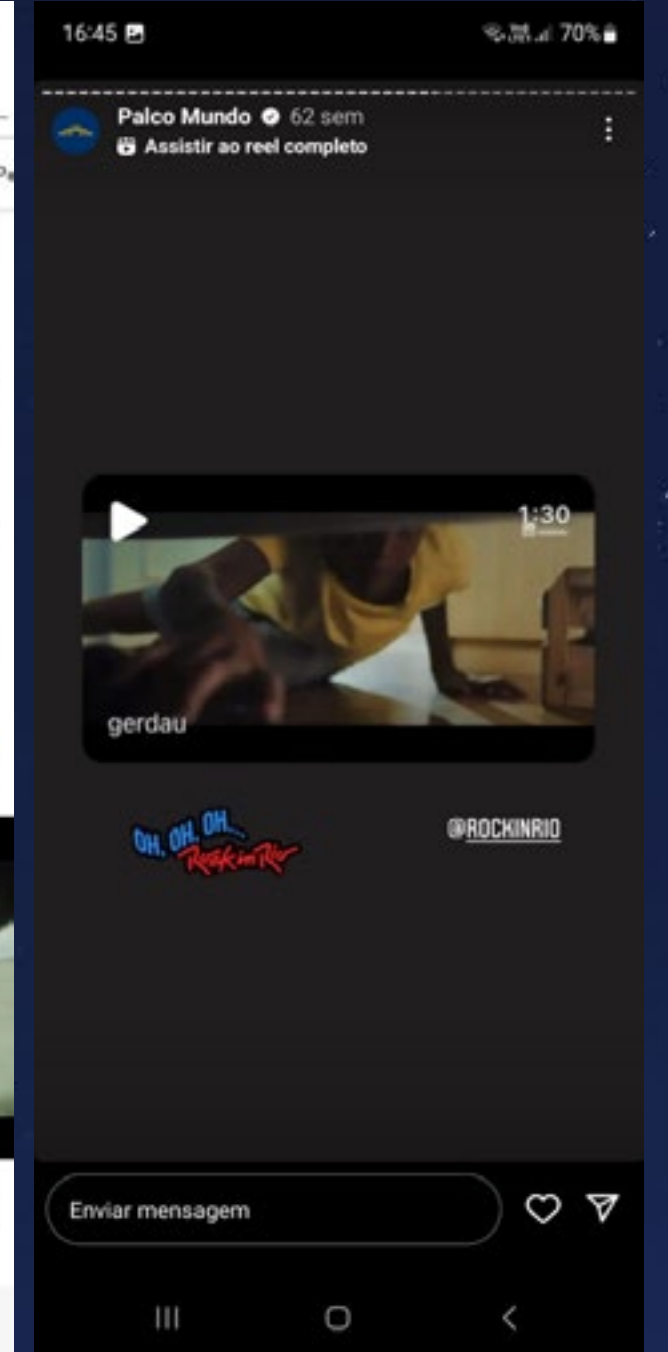
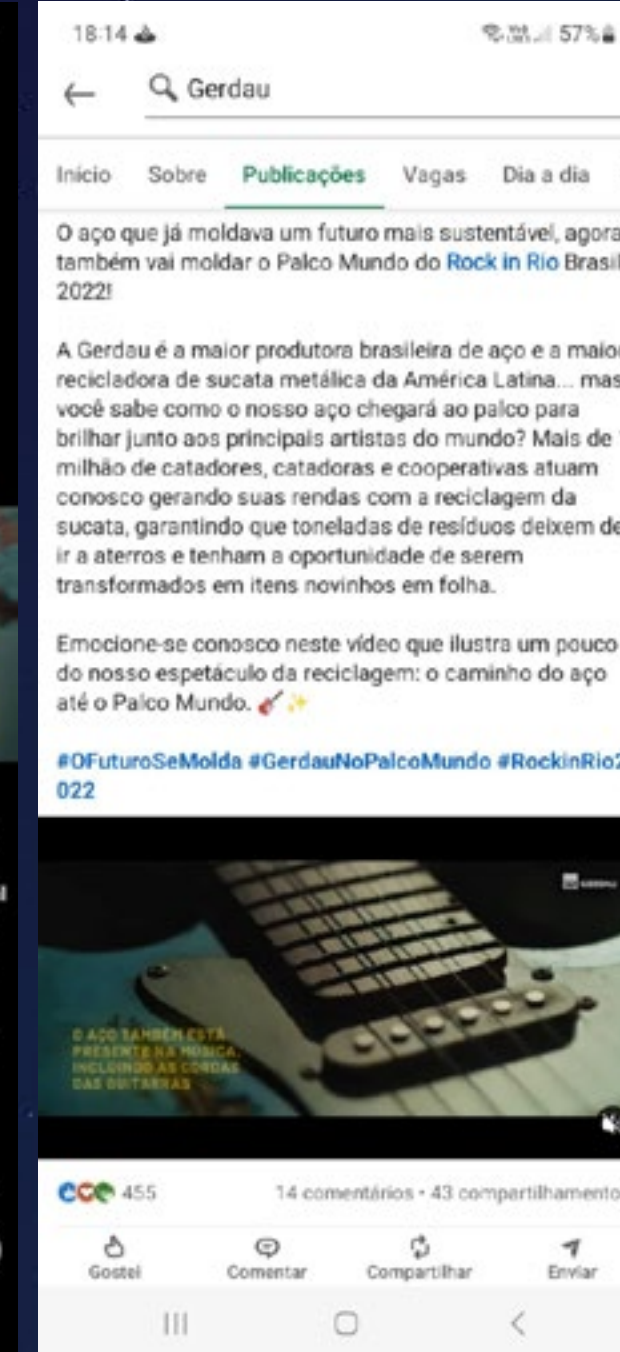
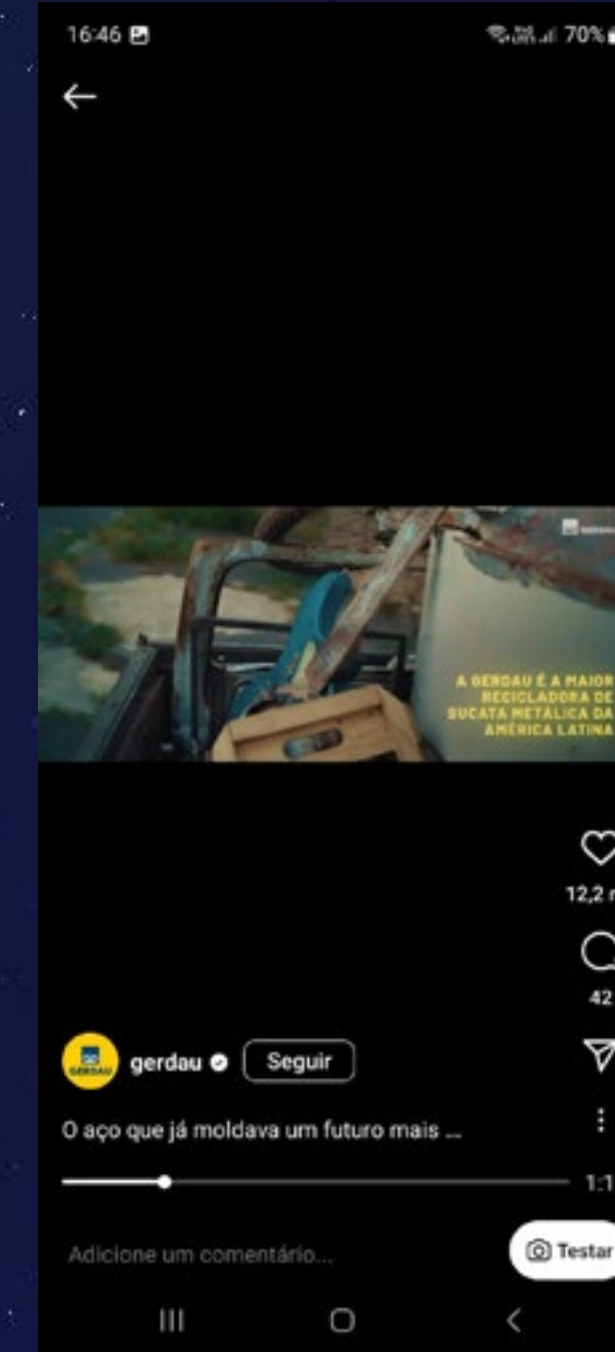
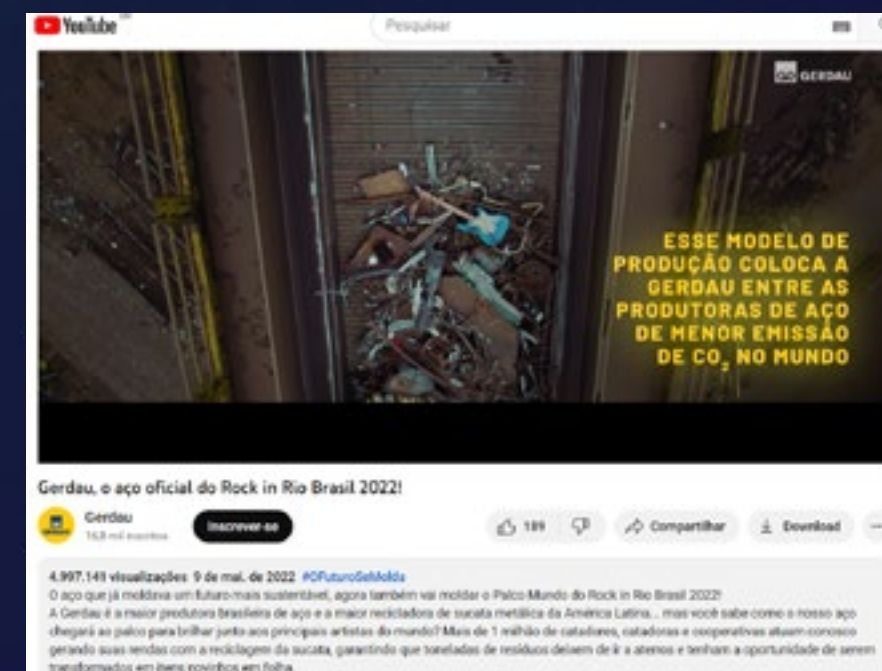
Emaik mkt para colaboradores

Divulgação externa

A divulgação ocorreu por diversos meios:

Digital

Com alcance nacional e com foco na população de 18 a 55 anos, feminina e masculina, baseada nas regiões onde a Gerdau tem unidades produtivas (estados do RS / SP / MG / RJ / CE / PE) e em pessoas interessadas no festival e em pautas de sustentabilidade. Ele também foi ativado na base de seguidores das redes sociais da Gerdau (que conta com **mais de 2,6 milhões de pessoas, a maior produtora de aço em base de seguidores no mundo**), e trabalhado organicamente nos canais oficiais da empresa: Site, Instagram, Facebook, YouTube, LinkedIn, TikTok e Twitter.



O time de comunicação da Gerdau criou um grande plano de sustentação até o evento, planejando uma extensa divulgação em redes sociais para ampliar ainda mais o diferencial da marca em relação às demais, aproveitando a oportunidade para, inclusive, lançar a empresa em novas redes sociais, como é o caso do TikTok e Spotify.

O filme inaugurou o canal da Gerdau no TikTok, sendo a primeira empresa do segmento a ter uma conta nesta rede social. E no Spotify, a Gerdau lançou, no Dia Mundial do Rock, uma playlist especial para o Rock in Rio com sete seleções de músicas com artistas que se apresentaram no Palco Mundo. O que gerou enorme repercussão.

TV

Na TV aberta, o próprio vídeo - em versão reduzida - foi transmitido na TV Globo, Band, SBT e Record, com grande alcance e impacto.



Vídeo veiculado na TV Globo



Além disso, a Gerdau fechou uma parceria de conteúdo com o Multishow e com o apresentador Marcos Mion. O apresentador entrava ao vivo nas transmissões do Rock in Rio no Multishow trazendo informações sobre os shows, o Palco Mundo e com um **QRCode** que convidava os espectadores para assistirem ao filme.



Marcos Mion no canal Multishow, falando sobre a Gerdau e com QR code para o filme



Marcos Mion em ação de conteúdo da Gerdau no Multishow



Marcos Mion gravando ação de conteúdo da Gerdau no Multishow

Out of home (OOH)

Além disso, a Gerdau focou em uma estratégia de OOH, destacando a campanha sobre o filme em materiais expostos no Aeroporto de Congonhas (São Paulo), Aeroporto de Confins (Belo Horizonte) e Aeroporto Santos Dumont (Rio de Janeiro), abrigos de ônibus, bancas de jornal e outdoors em shoppings. Os materiais tinham **QRCode** que levavam o usuário a assistir o vídeo no canal da Gerdau do YouTube.



Filme ativado na esteira de bagagem do Aeroporto Santos Dumont



Campanha ativada com ação no Aeroporto de Santos Dumont



Campanha ativada em mídia de abrigos de ônibus



Campanha ativada em mídia de aeroporto



Campanha ativada em mídia no shopping Eldorado



Campanha ativada em mídia no shopping de Minas Gerais

Além disso, os materiais, como os anúncios publicados em importantes veículos impressos do país (Valor Econômico, Diário do Comércio, Estado de Minas, O Tempo, entre outros), tinham um **QRCode** que levava ao filme no YouTube.



Anúncio no jornal Valor Econômico, com ativação da campanha e do vídeo em QRCode.

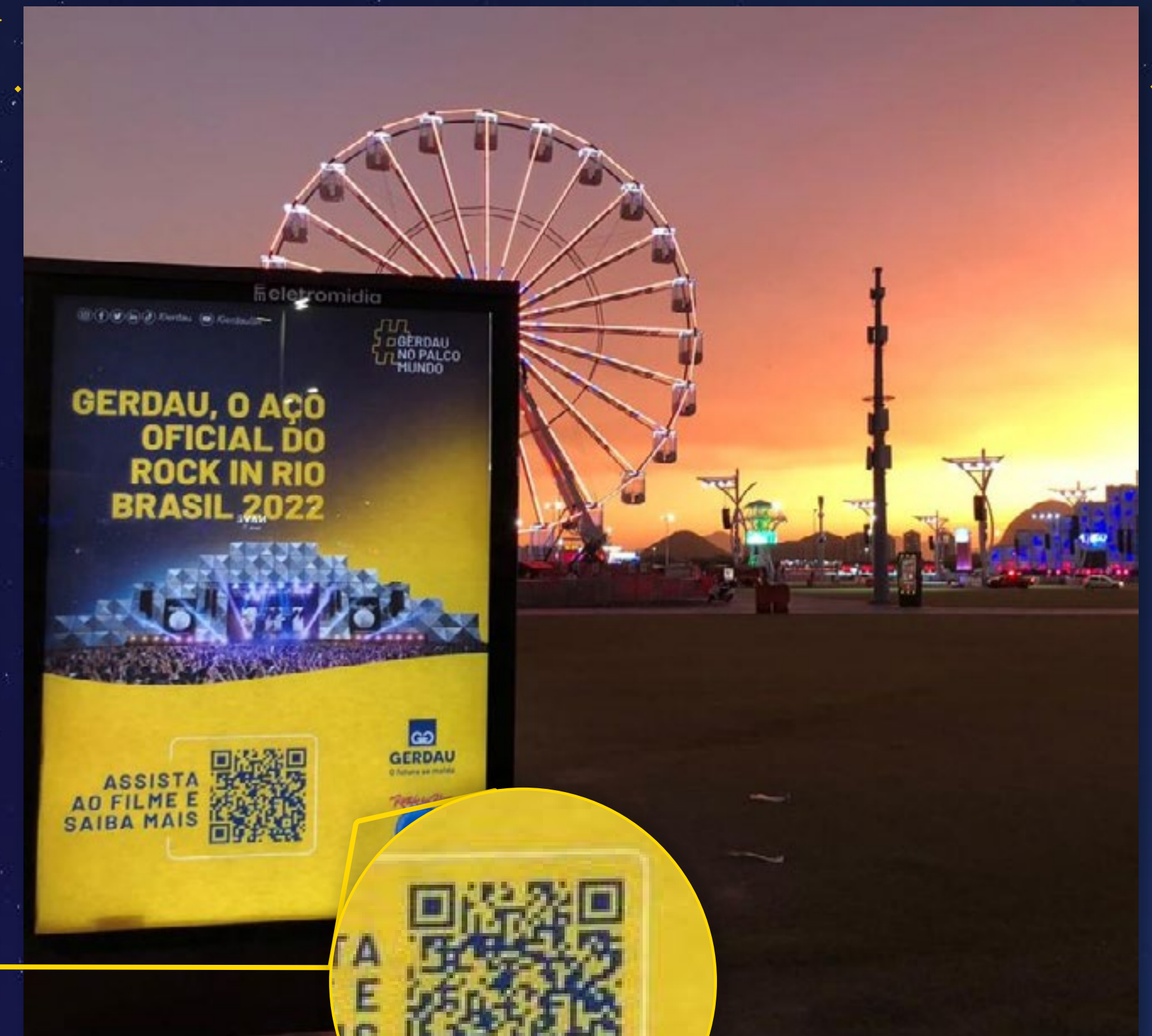
GERDAU LOUNGE TAMBÉM COMUNICANDO O VÍDEO

Durante o festival, o filme também foi disponibilizado no Gerdau Lounge, estande da Gerdau posicionado estrategicamente entre o Palco Mundo e o Palco Sunset, com dois andares e quase 200 m², totalmente construído em LED. O filme era exibido no LED central do estande, com grande destaque para todas as pessoas que passavam na frente do espaço, e também era exibido internamente no **estande** em intervalos da ativação.



PRESENÇA NA CIDADE DO ROCK

O filme também foi ativado em comunicações estrategicamente posicionadas na Cidade do Rock. Os totens possuíam a comunicação oficial da Gerdau como aço oficial do Rock in Rio, com um **QRCode** convidando as pessoas para conferirem o vídeo no canal da empresa no YouTube.



Ativação do filme em totem, na Cidade do Rock



RESULTADOS ALÉM DO ESPERADO



REDES

SOCIAIS

A Gerdau bateu todos os recordes, de sua história, de visualizações de vídeos em suas plataformas digitais.



+ de 8 milhões

de visualizações, sendo 1.4 milhões de visualizações no Instagram e mais de 12 mil curtidas, e **1,6 milhões** de visualizações no Facebook



5

milhões de visualizações somente no YouTube, número recorde na história da empresa

+ 80,2%

de retenção de visualização, o que significa que as pessoas assistiram o vídeo até o final, o que é extremamente positivo para experiência de visualização de vídeos e relevância do canal no YouTube





54 milhões

de pessoas potencialmente impactadas pela exibição do filme na TV aberta e fechada.



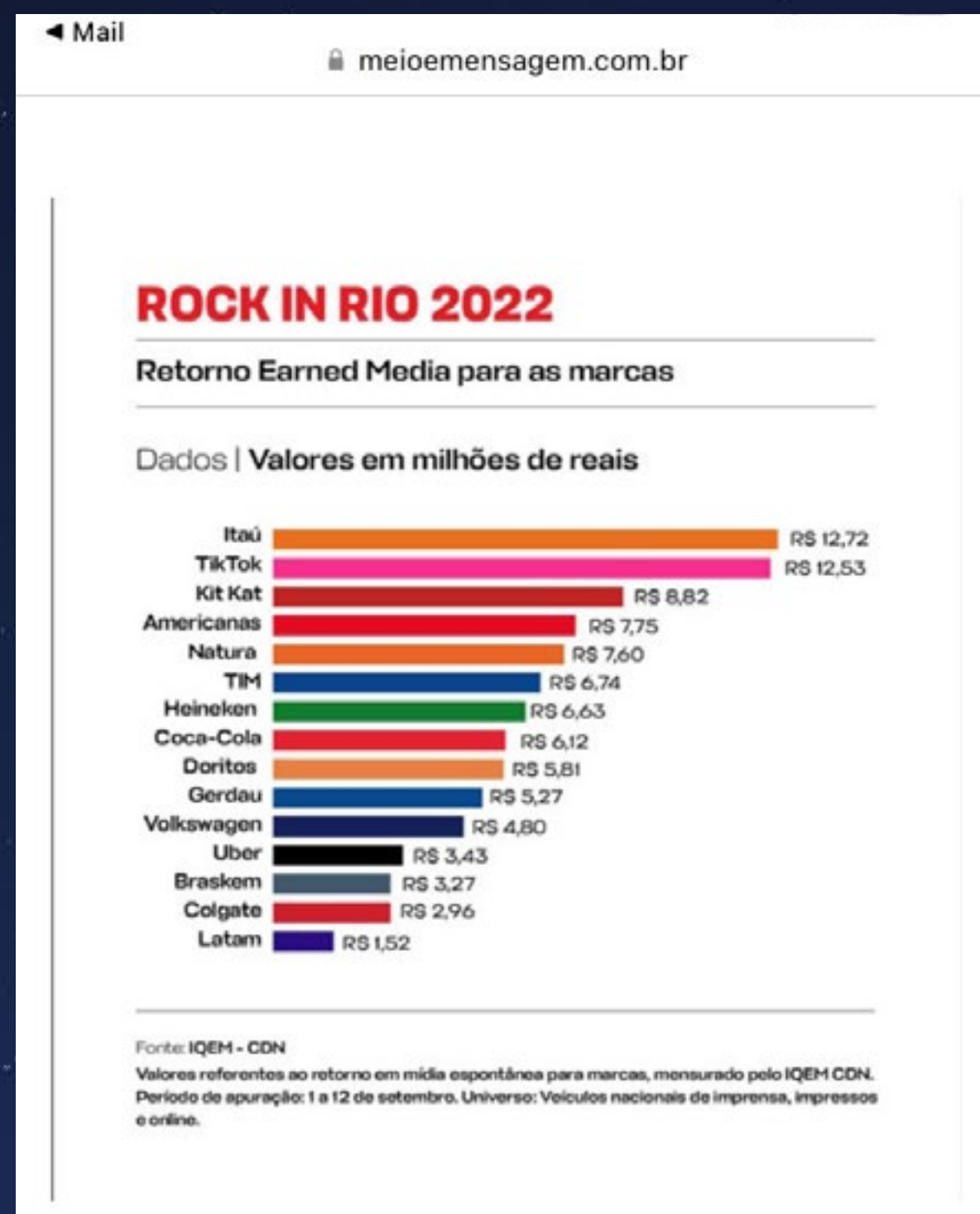
Senhoras e senhores, a edição deste ano do Rock in Rio conta com um Palco Mundo totalmente inédito. É o maior da história do evento. E esse novo palco ele foi feito com aço 100% reciclável da Gerdau. Sabia disso? E a Gerdau me convidou para conhecer essa novidade de perto e eu fui antes de as portas se abrirem, antes de todo mundo chegar, e eu fui dar uma olhada e vou mostrar pra você.

O palco principal de um festival desse tamanho ele demanda uma estrutura impecável e ela é feita com aço da Gerdau, que é a maior empresa brasileira produtora de aço e a maior recicladora de sucata metálica da América Latina. Dá uma olhada? Dá uma olhada nesse cenário? Incrível! Cada uma dessas chapas de aço carrega uma responsabilidade social gigantesca. Mais de 1 milhão de catadores e catadoras atuaram em parceria com a Gerdau ajudando a recolher toneladas de sucata.

Uma parceria que transforma a vida de tantas famílias, além de contribuir para a preservação do meio ambiente através da reciclagem. É incrível, né? Eu amei o convite para conferir tudo isso de perto, valeu Gerdau! E se você quer saber mais como o aço da Gerdau chegou até aqui no Palco Mundo do Rock in Rio 2022, é só acessar o QRCode que está aqui na tela.



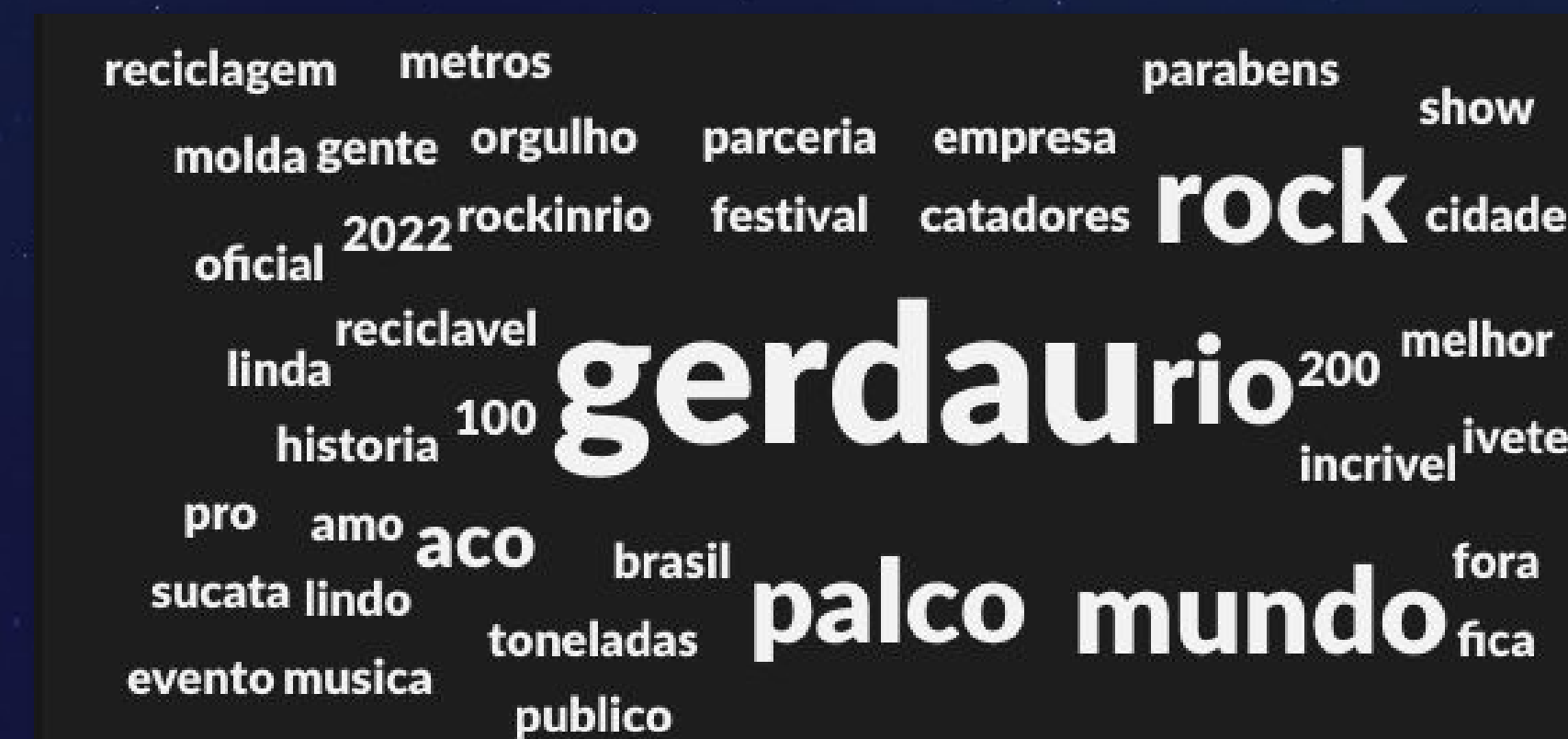
Transcrição da interação do Marcos Mion realizada no Multishow, convidando os espectadores assistirem ao vídeo.



Gerdau foi destaque entre as 10 empresas patrocinadoras do festival com o maior retorno de mídia.



Crescimento de base de seguidores e aumento da exposição nas redes sociais, como no LinkedIn e Instagram, foram destaque com a ativação do vídeo durante o festival.



Termos e emojis mais comentados no monitoramento de redes sociais da Gerdau durante o festival.

A EMPRESA DO AÇO COM MAIS SEGUIDORES NO MUNDO!

No final de 2022, a **Gerdau se tornou a empresa da indústria do aço com mais seguidores no mundo nas redes sociais**, um resultado que contou também com a força da estratégia deste filme.

Na sequência, também como residual deste esforço estratégico de comunicação, a Gerdau atingiu a expressiva marca de 2 milhões de seguidores no LinkedIn. A companhia está entre as 10 maiores páginas de empresas em número de seguidores da rede social profissional no Brasil, consolidando sua posição como a maior indústria do aço na plataforma no mundo.

Somando todas as plataformas em que a Gerdau está presente nas redes sociais - Instagram, Facebook, YouTube, Twitter, TikTok e Spotify -, a empresa acumula 2.600.000 de seguidores, também um recorde para a indústria global do aço.



ATIVACÕES ESPONTÂNEAS IMPORTANTES

A Gerdau teve conquistas importantes junto com parceiros e influenciadores, como é o caso deste story feito pelo Edu Lyra, Fundador e CEO da ONG Gerando Falcões, em que ele assiste ao vídeo "Gerdau. O Palco Infinito." e ativa espontaneamente em sua rede com mais de 208 mil seguidores.



"Olha, eu que sou fã da Gerdau e muito grato por todo o apoio da nossa parceria nestes anos todos de combate à pobreza nas favelas, estou fazendo este vídeo para celebrar a superparceria entre Gerdau e Rock in Rio, que estou achando o máximo. Estou pirando com tudo o que vocês estão fazendo! Parabéns para todo o time, por esta história, pela reciclagem, pelo impacto que vocês produzem na vida de tantas pessoas. Valeu, Gerdau! Vamos, que dá!"

**Edu Lyra, fundador e CEO
da ONG Gerando Falcões**

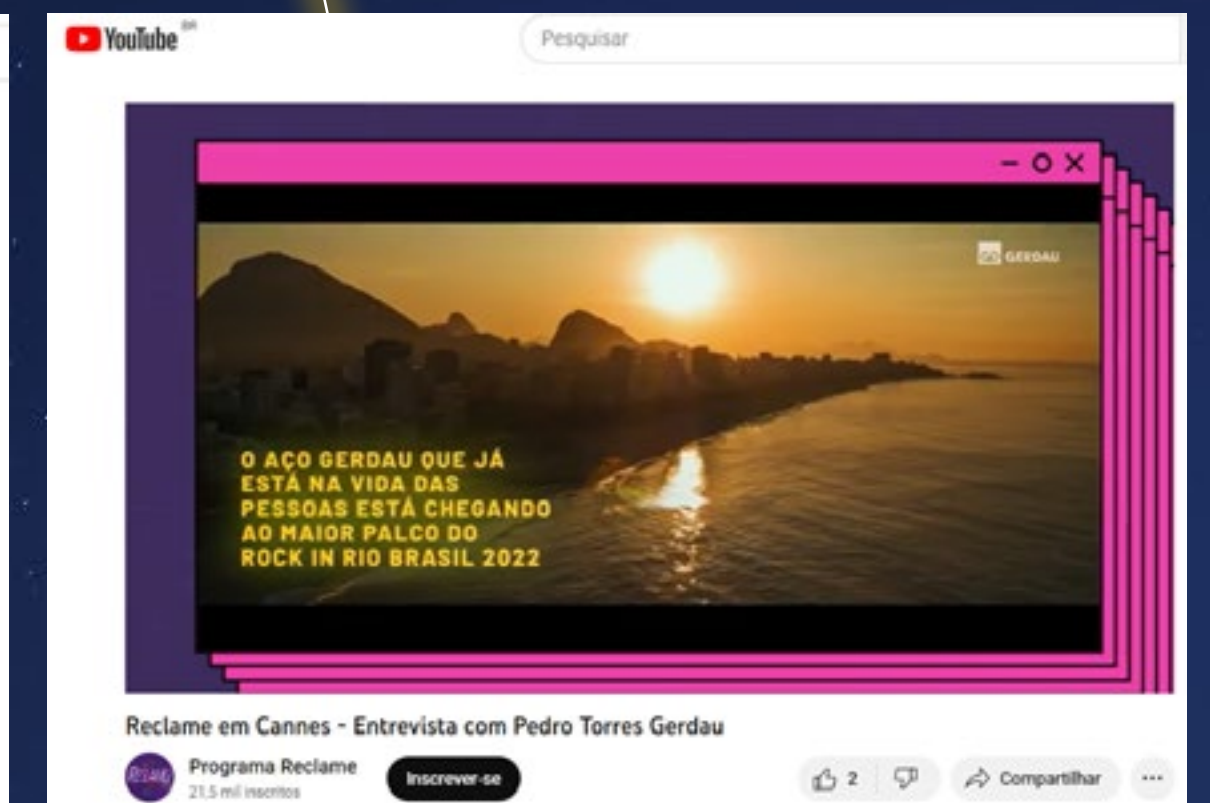
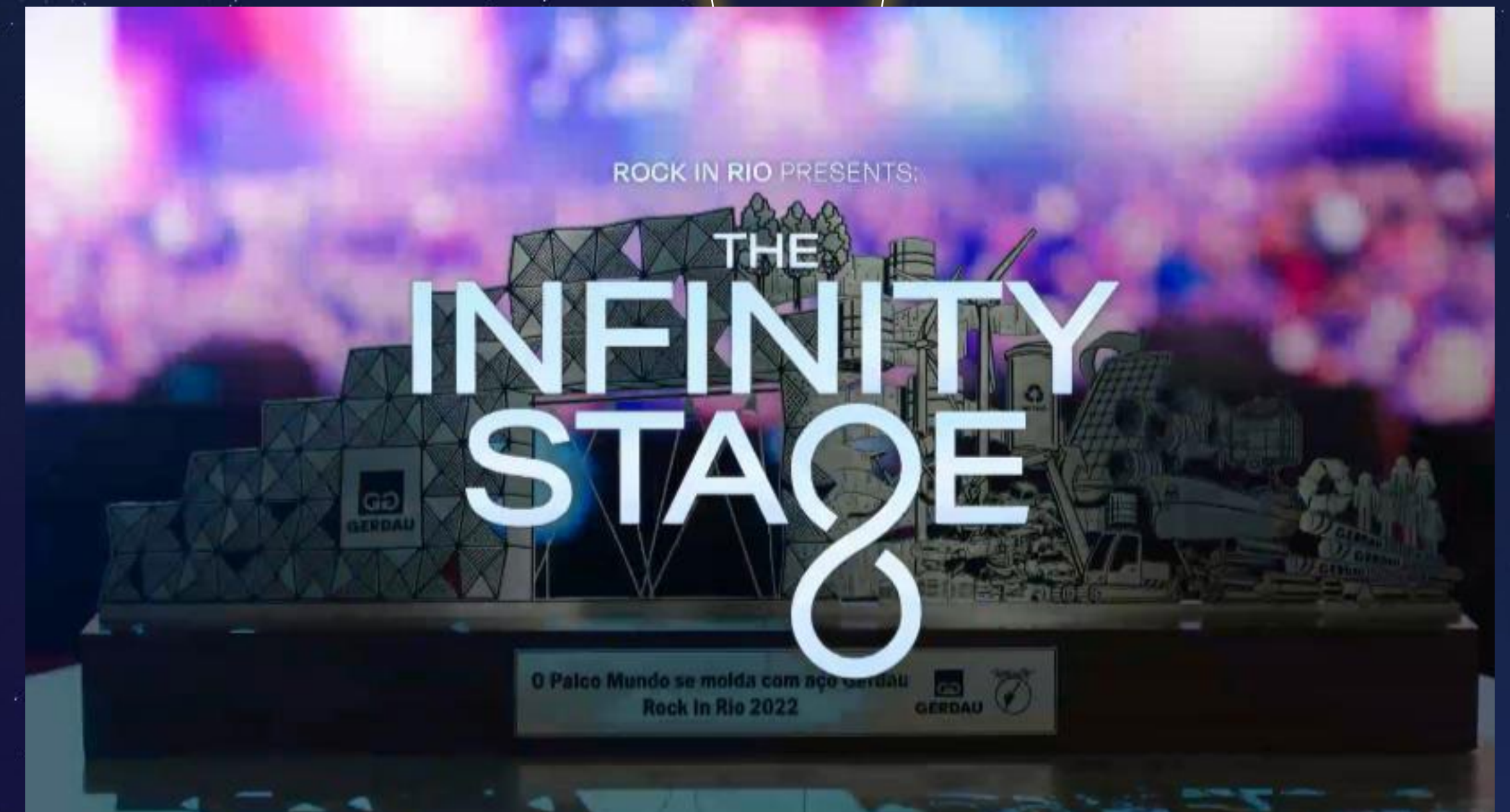
OUTRAS CONQUISTAS RELEVANTES

- O vídeo se tornou o vídeo institucional da companhia durante o ano de 2022, sendo apresentado no Investor Day - Dia com Investidores promovido pela Gerdau.
- Também foi apresentado no Congresso do Instituto Aço Brasil.

GERDAU NO FESTIVAL DE CANNES

O filme também teve destaque na 76ª edição anual do Festival de Cannes, um dos mais importantes festivais da indústria cinematográfica realizado entre os dias 16 a 27 de maio de 2023, em Cannes, na França. O evento é conhecido por exibir alguns dos filmes mais comentados do ano e o filme “Gerdau. O Palco Infinito” fez parte do shortlist, sendo exibido em plenária e integrando a relação de produções brasileiras presentes no festival. Ele concorreu em três categorias conectadas à sustentabilidade e à ações de entretenimento (Sustainable Development Goals, Entertainment e Entertainment for Music). O filme foi o único escolhido, dentre todos os mais de 16 patrocinadores do Rock in Rio, para ir ao festival de Cannes. A iniciativa partiu do próprio Rock in Rio pela qualidade do material.

A estreia no festival também saiu em destaque na imprensa, com participações do Pedro Torres, Diretor Global de Comunicação, Marca e Relações Institucionais, em entrevistas ao vivo e nas transmissões do Multishow direto de Cannes, na França. Entrevista completa [aqui](#).



RELATOS QUEM EMOCIONAM

Comentários

vapazini 62 sem **Fixado**
Esse video é de arrepiar
Responder Ver tradução

gerdau 62 sem
Responder

biancabaruffaldi 62 sem **Fixado**
Emocionante! Orgulho enorme @gerdau!
Responder Ver tradução

gerdau 62 sem
Gratidão pelo carinho, Bianca!
Responder

marina_tavaress 62 sem **Fixado**
Sensacional arrasaram
Responder

Comentários

ziimartins 62 sem
Que toooop
Orgulho de ter feito parte do Time
Metálicos. #Euamosucata
Responder Ver tradução

gerdau 62 sem
Compreendemos esse orgulho, não
é pra menos! Abraço, Zirlane.
Responder

anapaula_maica 62 sem
Sensacional esse vídeo!!
Nos superamos muito!!
#orgulhosemfim
Responder Ver tradução

gerdau 62 sem
É ótimo saber que você curtiu, Ana
Responder

roger_tc13 62 sem
Responder

sirleilegori 62 sem
Vídeo maravilhoso, adorei
Responder Ver tradução

Comentários

cavalcantee1904 45 sem
A Gerdau é uma empresa que emprega
milhares e milhares de pessoas no
Brasil e no mundo nós que fornecemos
sucata para Gerdau sabemos Quantos
trabalhadores ela tem ajudado nesse
Brasil a fora por isso faz da Gerdau
uma excelente empresa de reciclagem
de sucata no nosso país e Deus abençoe
a Gerdau e todos os seus funcionários e
presidentes
Responder Ver tradução

gerdau 44 sem
É por isso que seguimos com a
certeza de estar no caminho certo!
Gratidão pelo reconhecimento, Leo.
Responder

Maxwell Santos · 2º
Gestor Ambiental | Especialista em Reciclagem...
1 a (editado)
Meus parabéns a **Gerdau** pelo reconhecimento
a todos os catadores ,homens e mulheres que
com muitas dificuldades carregam a logística
reversa brasileira nas costas,e pela
homenagem aos Sucateiros que são os
camisas 10 do time da reciclagem e são
invisíveis aos olhos da sociedade e do
governo.
Meu muito obrigado.!

Gostei · 1 | Resposta · 1 resposta

Comentários

gauderio2020 46 sem
Trabalhei puxando sucatas..gde empresa..
Responder Ver tradução

gerdau 46 sem
@gauderio2020 Isso só foi possível
graças ao trabalho em conjunto de
todos.
Responder

Simone Padovani Dias · 2º
Gerdau - Analista de Logística Pleno usina Pin...
1 a
Quanto orgulho em fazer parte de tudo isso

Gostei | Resposta · 1 resposta

EQUIPE ENVOLVIDA E INVESTIMENTO

O filme foi uma entrega integrada entre o time de Comunicação, Marca e Relações Institucionais da Gerdau, e a produtora BROKÓLIS, com apoio da agência Atake.

Em relação ao investimento, o montante totalizou:

Produção do filme:

R\$ 350 mil

Estratégia digital:

R\$ 100 mil



GERDAU

0 futuro se molda