

**SPIELBERG
DIA D**

ESTRATÉGIA DE
INFLUÊNCIA

PYPA

ALÊ
GARCIA

TUDO SERÁ REVELADO

Steven Spielberg volta ao sci-fi com **Dia D**, um filme sobre descoberta, segredo e o impacto de uma verdade grande demais para ficar escondida.

Para transformar esse lançamento em acontecimento cultural, propomos uma campanha com creators que faz o conceito do filme invadir o feed em tempo real.

PYPA

ALE
GARCIA



O RETORNO DE SPIELBERG AO SCI-FI DE REVELAÇÃO

Dia D se apoia em um território poderoso: vida extraterrestre, disputa pelo controle da verdade, medo coletivo e fascínio humano diante do desconhecido.

É um filme sobre revelação, mas também sobre poder, narrativa e ordem social. A campanha parte justamente daí para **criar uma lógica de conteúdo que pareça evento**, e não apenas divulgação.



O conceito do filme, **Tudo será revelado** organiza toda a campanha e conecta mistério, explicação e conversão. Cada creator ativa uma camada diferente do mesmo fenômeno.



- Território: cultura, cinema, leitura social
- Papel: dar densidade e interpretação crítica e social
- Força: autoridade + repertório

- Território: memória coletiva e narrativa pop
- Papel: transformar o evento em marco cultural
- Força: storytelling e construção de sentido

- Território: linguagem cinematográfica
- Papel: legitimar Spielberg e o gênero
- Força: análise acessível e cinéfila



@dalegarcia

📷 59k 📺 36,2k



@aprofundo

📷 59k 📺 470k



@maxvalarezo

📷 61k 📺 426k

SQUAD PRINCIPAL



@ygorpalopoli

📷 137k 📺 17.2k

aproxima a
conversa
do grande público
de entretenimento



@loadcomics

📷 175k 📺 16k

conecta cultura
pop, raça, periferia
e linguagem jovem.



@mikannn

📷 160k 📺 623k

amplia debate,
fandom e
profundidade
de comunidade.



@canalpeewee

📷 384k 📺 2.59MI

conecta cinema,
cultura pop e sci-fi
em análise acessível



@natalyneri

📷 657k 📺 818k

amplia a leitura
social e cultural.
conectando o filme a
debates públicos
mais amplos.

SQUAD COMPLEMENTAR

TAKEOVER 11/06

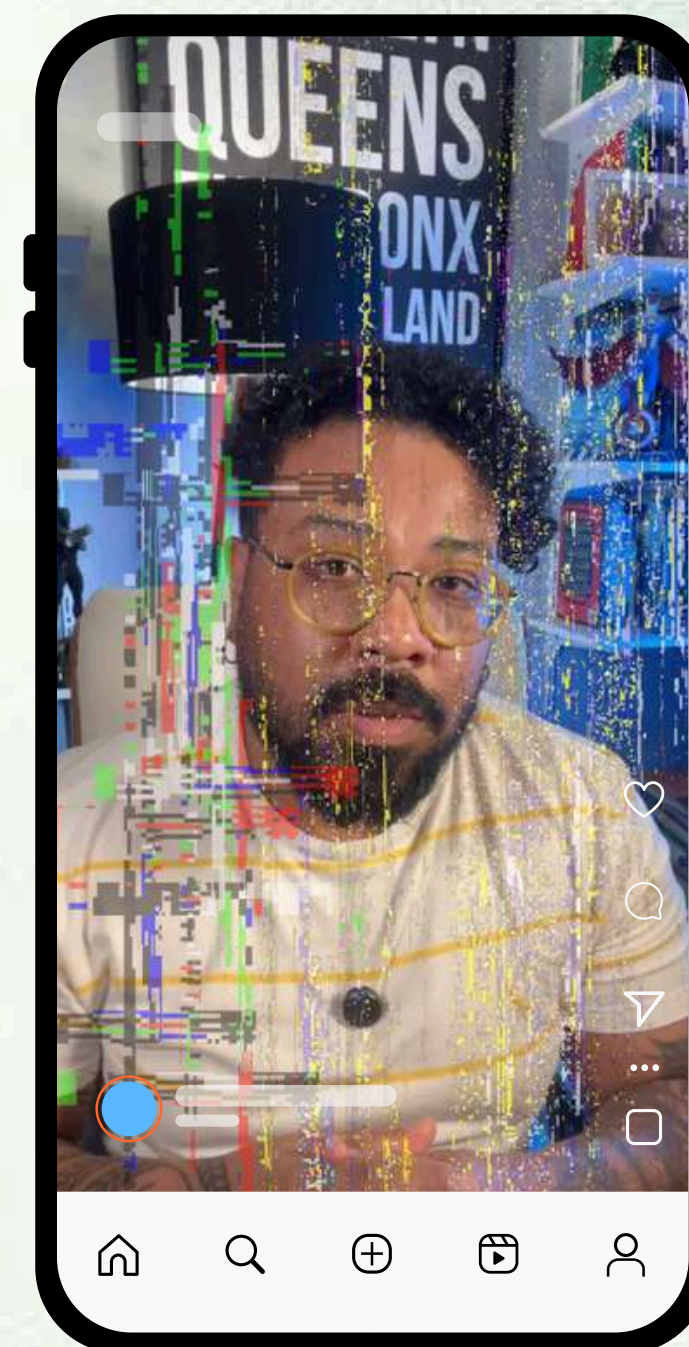
No dia 11/06, às 11h06, todos os creators publicam simultaneamente um conteúdo que é interrompido por um mesmo sinal.

Cada peça começa dentro da linguagem natural do creator e sofre uma quebra inesperada de som, imagem, narrativa ou fluxo, **visualizada e ouvida como um glitch**.

O fechamento das peças é o mesmo:
Tudo será revelado.

PYPA

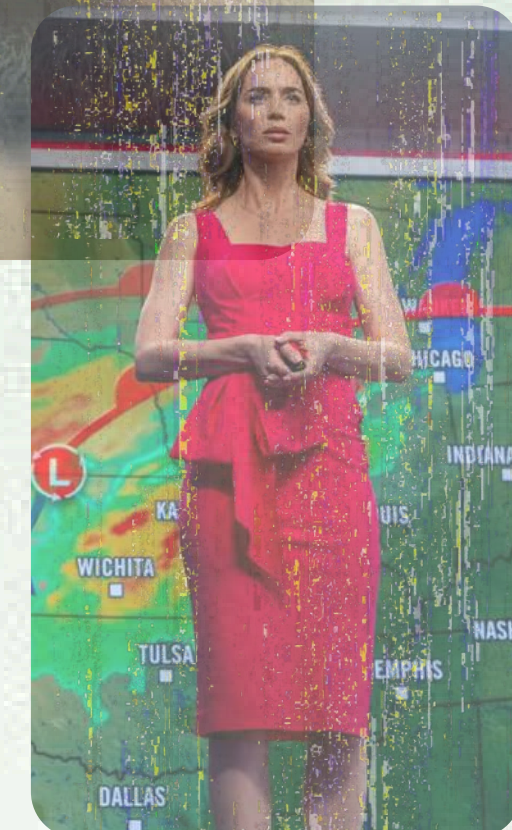
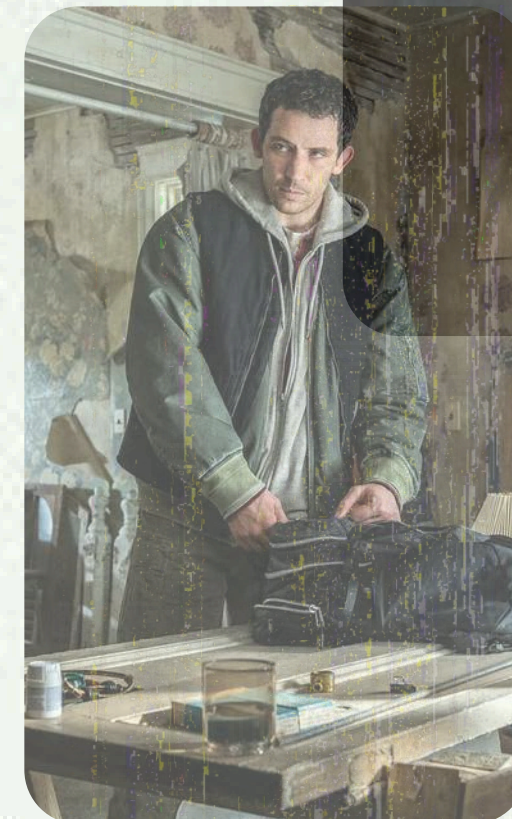
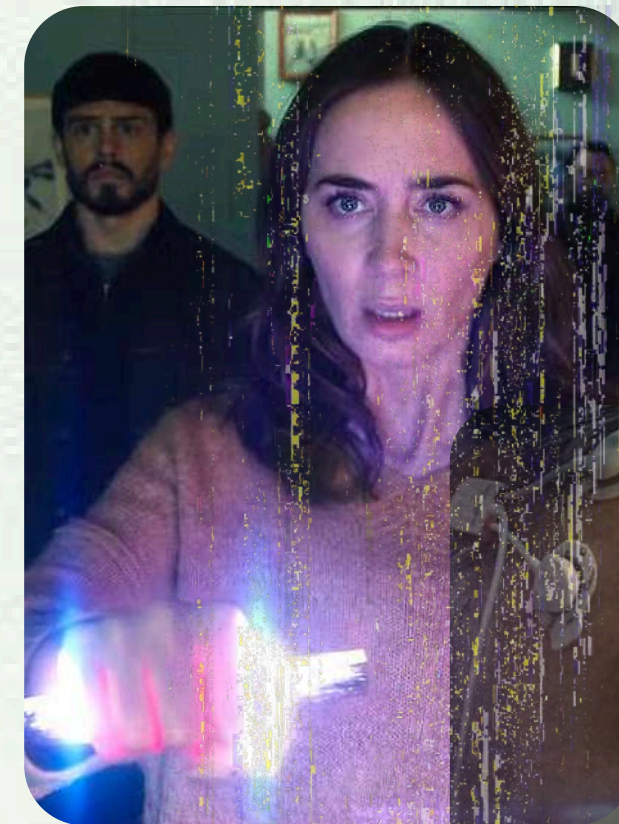
ALE
GARCIA



TAKEOVER NA PRÁTICA

Os assuntos interrompidos já são teasers dos temas trazidos pelo filme.

- **Alê Garcia:** análise cultural de inteligências interplanetárias
- **Lucas Reichert:** como a mídia reagiria a uma invasão
- **Max Valarezo:** análise de obras de Spielberg
- **Ygor Palopoli:** consequências pop da influência da obra de Spielberg
- **Load Comics:** como a cultura periférica se apropriou do tema sci-fi
- **Mikannn:** fandonas e as comunidades que têm tensionado o assunto
- **PeeWee:** invasões interplanetárias na história do cinema
- **Nátaly Neri:** qual o impacto social da revelação de uma invasão



REVERBERAÇÃO DO GLITCH E REVELAÇÃO.

A reverberação sobre o acontecido ocorre no próprio dia 11/06, à noite. O formato principal é collab entre creators, **revelando o lançamento do filme.**

O objetivo é transformar a publicação sincronizada em uma rede visível de reação conectada, justificada pelo tema do filme.

Outros formatos possíveis:

- *collab posts*
- *vídeos-resposta*
- *reposts comentados*
- *lives curtas*

PYPA

ALE
GARCIA



COMO CADA CREATOR ENTRA NA REVERBERAÇÃO

Na revelação do filme Dia D e explicação em profundidade sobre tema, relevância, consequências, os creators se unem em collabs, analisando diferentes aspectos:

- **Alê Garcia e Ygor Paloppi expandem a dimensão social e cultural da revelação.**
- **Lucas Reichert e Max Valarezo conectam narrativa, linguagem e repertório cinematográfico.**
- **Mikannn e Load Comics ativam comentário, teoria e linguagem de fandom.**

PYPA

ALÊ
GARCIA



O QUE ACONTECE NO DIA 12/06

No dia seguinte à estreia, a campanha muda de chave. Depois de assistirem ao filme, a conversa sai do mistério e entra na explicação, na recomendação e na conversão.

Os creators passam a falar abertamente sobre o filme, seu contexto, seu tema e por que ele vale a ida ao cinema.

O dia 12/06 organiza o entendimento da obra e faz a campanha revelar que o sinal do dia anterior era o prenúncio da verdade que agora chega às telas.

PYPA

ALÉ
GARCIA



REELS NO DIA 12/06

Impressões, leitura temática, pontos fortes e análises por recorte.



Alê Garcia explica a dimensão cultural e social do filme e sua relação com a ideia de verdade.



Lucas Reichert contextualiza o impacto pop de uma revelação que reordena a sociedade.



Max Valarezo destaca Spielberg, linguagem cinematográfica e força de gênero.

REELS NO DIA 12/06



Ygor Palopoli traduz o filme para a audiência de entretenimento com recomendação clara e acessível.



Load Comics aproxima o lançamento do imaginário geek e da comunidade periférica.



Mikannn estimula comunidade de fãs de Spielberg e expectativas em relação ao lançamento.



PeeWee reforça os aspectos sci-fi e tudo o que conecta o filme com um clássico blockbuster de invasão alienígena.



Nátaly Neri amplia a discussão sobre quem controla narrativas, como a verdade circula e os impactos sociais.

O PAPEL DO YOUTUBE NA ESTRATEGIA

O YouTube é o território de expansão de profundidade a partir do dia 13. Lucas Reichert e Max Valarezo já garantem escala qualificada para conteúdo de segunda camada.

Alê Garcia também amplia a campanha nesse ambiente com vídeo mais denso e autoral, com abordagens sociais e comportamentais.

O conteúdo longo transforma awareness em legitimidade cultural e recomendação qualificada.

PYPA

ALÊ
GARCIA

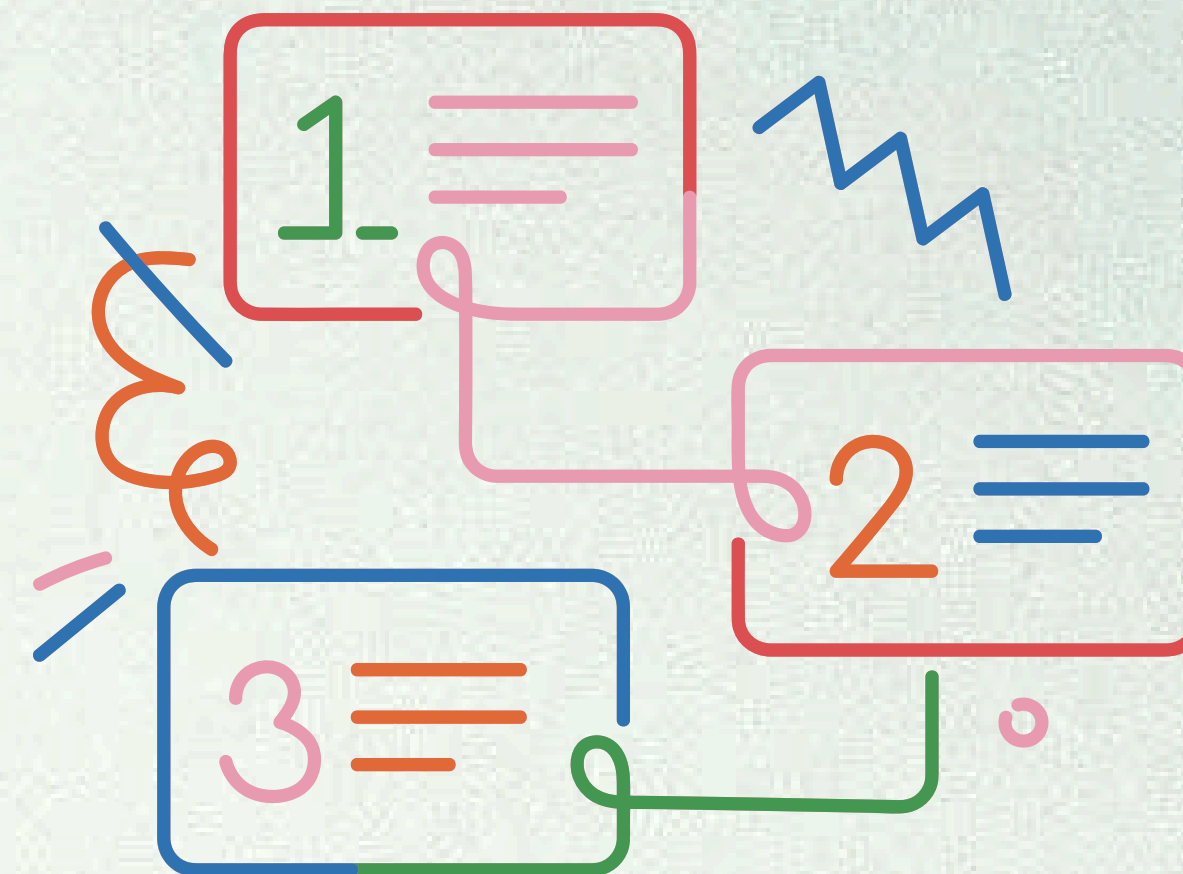


VÍDEOS NOVOS
TODA QUINTA

EntrePlanos

STEP BY STEP OPERACIONAL

- **Definimos um briefing criativo unificado, com assets e orientação de linguagem para todos os creators.**
- Cada creator desenvolve sua peça autoral de takeover dentro desse sistema.
- **No dia 11/06 às 11h06, as publicações entram simultaneamente.**
- Ao longo do mesmo dia, entram as collabs de reverberação para cruzamento de audiências, revelando o lançamento do filme
- **No dia 12/06, a campanha vira para explicação, recomendação e CTA de ingressos.**
- A partir do dia 13, entram os conteúdos aprofundados em Reels e YouTube para sustentar conversa e autoridade.



Potencial cross-plataforma

- Base total combinada (IG + YT):
~6,5 milhões de seguidores/inscritos
- Considerando sobreposição de audiência:
alcance único estimado: 3 a 5 milhões

Projeção de performance (72h)

- Impressões totais:
8 a 15 milhões
- Views de vídeo (Reels + Shorts + YouTube):
2 a 4 milhões
- Engajamento total (likes, comentários, shares):
200 mil a 500 mil

Distribuição estratégica de impacto

Topo de funil (escala)

- *Canal PeelWee*
- *Nátaly Neri*

Meio de funil (engajamento e conversa)

- *Mikannn*
- *Ygor Palopoli*

Base de funil (autoridade e profundidade)

- *Alê Garcia*
- *Lucas Reichert*
- *Max Valarezo*

IMPACTO ESTIMADO

SPIELBERG

DIA D

11.06.26

PRODUZIDA POR STEVEN SPIELBERG ROTEIRO DE DAVID KOEPP
DIRIGIDA POR STEVEN SPIELBERG

Dia D deixa de ser apenas um lançamento e passa a funcionar como um acontecimento narrado por creators com repertórios complementares.

A campanha une mistério, explicação, conversa e conversão em uma mesma arquitetura de conteúdo.

Com diversidade de vozes, unidade conceitual e lógica nativa de plataforma, a campanha faz o filme acontecer primeiro no feed e depois no cinema. **Tudo será revelado.**



VAMOS NESSA?

PYPA



comercial@pypa.ag
