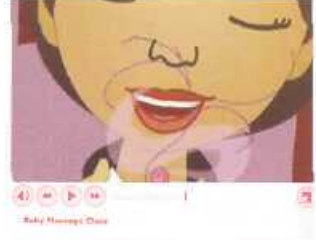


# BROWSE



## Johnson & Johnson

cria nova abordagem em seus anúncios na Web



A Johnson & Johnson é um dos maiores anunciantes de televisão nos EUA. Mas para promover uma nova loção para bebês, a empresa resolveu inovar criando uma campanha com desenhos animados feitos especialmente para a Internet. O diferencial é que a campanha foi criada por um estúdio de animação e não por uma agência de publicidade. O foco é relação amorosa da mãe com o bebê, do contato físico, da intimidade entre mãe e criança. Em contraste, a maioria dos concorrentes da J&J nesse setor destaca as vantagens medicinais das loções,

Outra diferença é que a J&J está abertamente dando preferência à Internet e não à TV como principal plataforma de sua campanha. A decisão da empresa de abandonar sua fórmula publicitária tradicional é arriscada, especialmente em um momento de forte concorrência no mercado de loções para bebês nos EUA.

Muitas empresas de produtos de consumo costumam ser conservadoras em suas campanhas de marketing, e se mostram lentas na adoção das mídias digitais. A decisão da Johnson representa uma guinada significativa no setor. A empresa segue o exemplo da Unilever, que criou uma série de "webisod-

es" para os sabonetes Calming Night da Dove em 2006 — os consumidores assistiram mais de 45.000 horas dos vídeos dirigidos por Penny Marshall, e mais de 3,5 milhões visitaram o site caído para promover o produto.

A Johnson encomendou uma série de quatro animações feitas pelo estúdio Animation Collective, que é responsável por vários desenhos animados para televisão. Eles serão exibidos no site da Johnson dedicado a produtos para bebês, o [www.touchingbond.com](http://www.touchingbond.com), e serão promovidos através de anúncios em diversos sites voltados para pais com filhos pequenos e no BabyCenter, uma rede de sites que pertence à Johnson & Johnson e que atraiu 4,3 milhões de visitantes únicos em janeiro, segundo a comScore.

A J&J é o quinto maior anunciante em termos de investimentos nos EUA, e não pretende eliminar a publicidade em meios tradicionais nesta campanha. Além dos desenhos animados na Web, a empresa está lançando uma grande campanha para TV e mídia impressa. É interessante notar que o foco não será as redes nacionais de TV aberta, mas as redes de TV a cabo, como Lifetime, TLC e NickSNite.

## Videolog chega à versão 3.0

Criado em 2004 (portanto antes do YouTube) o site brasileiro de vídeos Videolog (<http://videolog.uol.com.br/>) está com uma nova versão. O site é bem interessante, com vários elementos atraentes. Além dos vários videologs (ou vlogs) dos usuários, o Videolog tem um vasto catálogo de vídeos, em categorias como animações, entretenimento, curtas, educação, ciência e tecnologia, jornalismo, música, etc.

A interface da nova versão é clean e fácil de usar. Um dos destaques da nova versão são os vídeos em alta-definição (HD). O site tem ainda uma parceria com estúdio Paramount, que mantém um canal no Videolog para exibir trailer dos próximos lançamentos no cinema. Edson Mackeenzy, sócio fundador do Videolog, disse que o site está preparando uma programação em streaming para breve.

