

Lagartas descobrem que voam com a Gol

Cristiane Marsola



Peças da campanha da Gol que está sendo veiculada e que explora a história da lagarta que vira borboleta e descobre como é bom voar; estratégia é mostrar que a companhia democratizou o voo em vários sentidos

A AlmapBBDO acaba de criar a nova campanha institucional da Gol Linhas Aéreas. A ação, que estreou no último final de semana foi realizada em cima da história da lagarta que vira borboleta e descobre como é bom voar. "A comunicação da Gol tem a linha mestra da democratização e com essa nova campanha queremos colocar na cabeça das pessoas que nunca voaram que a Gol chega a todo mundo", explicou Renato Fernandez, que assina a criação do filme e a direção de arte do anúncio. A idéia é mostrar que com a chegada da Gol no mercado das companhias aéreas mais pessoas descobriram que podem voar. "A Gol democratizou o voo em vários sentidos. Além da tarifa mais barata, trouxe promoções em, horários diferentes, facilitou o check-in e a compra de passagens pela internet, acabou com aquela alimentação complicada da aviação, ou seja, simplificou a aviação no Brasil", comentou Fernandez.

A campanha é composta por filmes, em versões de um minuto e 30 segundos, que serão exibidos em TV aberta e fechada e nos cinemas, anúncios para mídia impressa, vinhetas, material de ponto-de-venda, peças para internet, Elemídia e Eletromídia.

No filme, as lagartas estão presas no congestionamento dentro de carros e ônibus, quando uma delas descobre que pode voar e vira borboleta, deixando a situação anterior para trás. A idéia não é estereotipar a lagarta, mas mostrar que a vida pode ser melhor. "Não é que seja ruim ser lagarta, mas é que é muito melhor ser borboleta", disse Fernandez.

Os anúncios usam o mesmo tipo de animação, mostrando as lagartas se transformando em borboletas e abandonando os veículos, e traz a assinatura: "Chega um dia em que todo mundo descobre como é fácil voar".

Para dar o contraste entre as duas vidas da lagarta, os criativos tentaram usar um tipo diferente de animação. "Para retratar a realidade de quem não está no universo da Gol, das lagartas, usamos como referência os desenhos animados dos anos 20", disse Fernandez. As borboletas, em contrapartida, estão inseridas no mundo moderno, com desenhos mais atuais. Também foi posto no ar o hotsite www.borboletasgol.com.br, no qual o internauta pode conferir as peças da campanha e jogar um game, desenvolvido especialmente para a marca. O jogo é composto de duas fases. Na primeira, a lagarta tem de formar a frase "Voe Gol" buscando as letras espalhadas pelo cenário. Na segunda fase, a lagarta transformada em borboleta pode visitar os 56 destinos, operados pela companhia no Brasil e na América do Sul.

Quem assina a direção de criação do anúncio e do filme é Marcello Serpa e Cássio Zanatta. A direção de criação do hotsite e das peças online é de Sérgio Mugnaini.

Fonte: Propmark, São Paulo, 29 set. 2008, p. 16.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais