

## Fim da invencibilidade do Brasil faz Topper acionar 'plano B' de marketing no futsal

Renan Prates



*Espanhóis vibram muito logo após a confirmação da vitória contra o Brasil pelo GP*

Uma semana antes do início do Grand Prix de futsal, a empresa Topper, uma das parceiras da seleção brasileira, decidiu colocar no ar uma propaganda que ressaltava a invencibilidade de 158 jogos do time de Falcão e cia. Só que aí aconteceu um 'pequeno' problema: o Brasil perdeu para a Espanha na final, o que fez a cúpula da Alpargatas (dona da Topper) acionar o 'plano B' para o caso.

"Temos algumas ideias de propaganda para substituí-la, a gente está para definir essa semana. É uma seleção super vitoriosa, foi a que ficou mais tempo invicta, o que é muito mais bacana pelo fato de ser assim", disse ao UOL Esporte o diretor de artigos esportivos da Alpargatas Fernando Beer.

"Qualquer seleção por mais vitoriosa que seja não é imbatível. Realmente a seleção não perdia há cinco anos. O plano B a gente tem para acertar e continuar fazendo a comunicação", complementou.

No embate das suas melhores seleções do salonismo mundial, o Brasil parou na defesa espanhola e perdeu por 2 a 1 para seu maior rival, primeira derrota dos brasileiros após 163 jogos de invencibilidade. Por estes números expressivos, a 'surpresa' do revés contra a Espanha não diminuiu em nada a imagem do esporte com a Topper.

"A gente acha que o futsal tem um potencial que nem sempre é reconhecido por todas as pessoas. É uma história da seleção que a gente não vê no futebol de campo. Dificilmente a gente vê uma seleção tão vencedora. São praticamente os Globetrotters do futsal", disse o gerente de marketing de artigos esportivos Ricardo Matera em alusão ao time de basquete norte-americano famoso por suas acrobacias.

A Topper ficou conhecida recentemente no mercado por ter feito inserções de propaganda bem humoradas sobre o rugby, que abordavam junto ao telespectador a falta de notoriedade do esporte no Brasil. Os executivos contaram que a intenção é seguir a mesma linha com o futsal, apesar de ser um esporte muito mais praticado no país.

"O rugby a gente abordou de uma maneira muito bacana para cativar bastante o telespectador consumidor ao falar de um esporte desconhecido no Brasil, mas muito forte na Argentina", explicou Beer.

“Já o futsal é um esporte super praticado no Brasil, mas pouco divulgado...a gente achou que devia conversar um pouco mais com os consumidores do futsal e falar da marca de uma forma bem humorada.

**Fonte: UOL Esporte, 27 out. 2010. [Portal]. Disponível: <<http://esporte.uol.com.br>>. Acesso em: 29 out. 2010.**

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais