

Gisele vira dona de casa para a Sky

Pode ser que Ricardo John, diretor de criação da agência de propaganda Giovanni+DraftFCB, tenha realizado o sonho de todo o homem, como ele imagina ter feito ao pôr a top model Gisele Bündchen no papel de “Amélia, a mulher de verdade” da canção. Mas o que ele quer mesmo com o

novo comercial da Sky, que estreia hoje à noite, é chamar atenção para a operadora de televisão por assinatura Sky, que paga a conta para ter a bela e cara supermodelo em sua campanha.

“A Gisele fez uns 15 filmes para a Sky. Aos poucos, estamos desconstruindo a imagem de celebridade inatingível que ela tem, por ter chegado aonde chegou, e fazendo a top assumir um lado atriz, que é uma possibilidade concreta para a carreira dela”, diz John. A modelo brasileira já fez uma pontinha na produção americana “Táxi”.



Em casa. A bela veste avental, mas não abre mão do make up

Gisele é garota-propaganda da Sky desde 2008. No atual comercial – que terá estreia com um minuto de duração –, ela surge de vestido de chita e avental, sugerindo que estava envolvida



com tarefas domésticas. Magérrima, ela solta os cabelos e corre para os braços do amado (interpretado pelo ator Augusto Madeira) após ouvir o barulho do portão. Há um terno abraço e,

enquanto estão enroscados, ele vai empurrando a esposa para pegar o controle remoto e ligar a televisão. É divertido. O fundo musical é o clássico “O Portão”, do repertório de Roberto Carlos.

“Nesse filme ela age como qualquer mulher esperando o marido. É a Amélia dos sonhos masculinos”, brinca John, autor do roteiro produzido pela O2 Filmes. “Mas as mulheres também vão se sentir vingadas ao ver a mulher mais cobiçada do mundo numa situação tão familiar.”

A campanha terá desdobramentos com filmes de 30 segun-

dos em linguagem de sitcom, com pequenas histórias sobre a rotina vivida pelo casal. “O efeito Gisele tem sido fundamental para a construção da imagem de qualidade que a marca quer passar”, diz Marcelo Miranda, diretor de marketing da Sky. Atualmente, a empresa detém 26% de participação de mercado.

Um viral com 16 segundos em que Gisele aparece lavando o chão enquanto cantarola a música de Roberto Carlos foi postado no YouTube. Até sexta-feira, mais de 260 mil acessos foram registrados. /M.R.