



Simple e objetivo

Conheça os detalhes do novo insight para a campanha de Gatorade

POR VICO BENEVIDES*

É comum ouvir alguém dizer que a tecnologia contribui para afastar as pessoas. Eu prefiro crer no contrário. A tecnologia vai aproximar cada vez mais o ser humano. São milhares de ferramentas disponíveis na internet para entrar em contato com quem você mais gosta. Ou até com quem você nunca viu mais gordo.

Por isso, o anúncio de Sundown Kids para iPad na revista *Veja* é muito mais que um anúncio. É uma ferramenta que uniu pais e filhos durante alguns minutos, em contato com a marca, para brincar de desenhar. É a tecnologia a serviço do carinho.

Aqui na DM9DDB, o anúncio também serviu para unir departamentos. A Mídia, o Atendimento, a Criação e a Produção trabalharam desde a concepção do anúncio até o momento de sua veiculação de uma forma integrada. Todos sabiam do potencial do anúncio. E cada um se envolveu com paixão para que o resultado final fosse o melhor.

Daí, a dúvida: qual ferramenta é a mais bacana? Entraram em cena o Denis Gustavo e o Pedro Rais, responsáveis pela produção, que nos mostraram como o Html 5, uma linguagem que ainda está amadurecendo, proporcionaria a melhor solução. Os criativos responsáveis pelo anúncio, Henrique Rojas, Daniel Lemos e Fábio Natan;" coordenados por mim, pela Mariana Sá e pelo Marco Versolato, não descansaram enquanto cada detalhe da navegação não estivesse perfeito.

Até aí foi tudo ótimo. Mas tínhamos que apresentar ao cliente. Carolina Franco do Amaral, Giordana Scarpellini e Carmen Rodriguez, junto com o diretor da conta, Ricardo Zanella, souberam detalhar claramente todo o processo. De uma forma mais que parceira, a Johnson&Johnson's acreditou no anúncio e entendeu que o projeto não aconteceria da noite para o dia. Estávamos inaugurando uma nova forma de Sundown entrar em contato com seu consumidor. E isso exigia tempo e experimentação até chegar ao formato ideal de funcionamento. Cláudia Costa e Carla Lustosa foram essenciais para garantir a qualidade gráfica do anúncio. Fabiana Manfredi, Elaine Endo e Camila Gazzano, da Mídia, supervisionadas por Patricia Muratori, identificaram a oportunidade e viabilizaram uma peça que já entrou para a história de cada um dos envolvidos. Todos unidos pela tecnologia. Mas, principalmente, unidos pela paixão da DM9DDB de fazer propaganda da melhor qualidade.



* Diretor de arte da AlmapBBDO

