



## **Vivo convida brasileiros a se conectarem à Seleção no primeiro filme da campanha “Jogue Junto”**

*Patrocinadora da Seleção Brasileira há 12 anos, operadora estreia nesta sexta (dia 1º) o filme “Jogue Junto” com nova assinatura e releitura exclusiva do clássico “Na Cadência do Samba”*

A Vivo, patrocinadora oficial da Seleção Brasileira de Futebol há 12 anos, estreia nesta sexta-feira (1º), durante o intervalo da transmissão do sorteio dos grupos para o Mundial de 2018, a campanha “Jogue Junto”. O primeiro filme, criado pelas agências Y&R e Wunderman, alinhado ao conceito da marca Menos do Mesmo, traz um novo olhar sobre o tema, valorizando as pessoas que são os craques de todos os dias, e os craques do campo, que se mostram mais próximos de seus fãs com as interações pessoais que têm em suas redes sociais.

A trilha do filme é uma releitura da música “Na Cadência do Samba” – conhecida pelo refrão “Que Bonito É” – assinada pela produtora S de Samba. A música, que agora ganha um ritmo mais atual com elementos de rap e samba, além de nova letra, convida os brasileiros a jogar junto com a Seleção. Os filmes terão versões de 2’, 1’ e 30” para veiculação na TV e internet. Assista ao filme completo em [https://youtu.be/ztpByMm2s\\_A](https://youtu.be/ztpByMm2s_A).

“A produção traz um olhar verdadeiro sobre a relação das pessoas com a conexão e a Seleção. Queremos inspirar as pessoas a superar diferenças, valorizar suas conquistas pessoais e ampliar para o dia a dia o clima de união que o futebol e a Seleção são capazes de criar”, explica a diretora de Imagem e Comunicação da Vivo, Marina Daineze. Ao final, a locução destaca “Que bonito é todo mundo jogando junto. #joguejunto”.

Com uma nova assinatura “Patrocinadora Oficial da Seleção dos Brasileiros”, o conceito “Jogue Junto” vai permear toda a comunicação da operadora com foco no principal evento esportivo global, ao longo dos próximos meses. “A Vivo patrocina com muito orgulho a Seleção Brasileira de Futebol desde 2005 e acredita que o futebol é uma importante forma de conexão para os brasileiros. Os torneios que envolvem a Seleção são momentos de celebração e conexão como nenhum outro no país. Um tempo que todo mundo joga junto”, comenta Daineze.



No total, para a produção do videoclipe, foram necessárias 21 locações diferentes para refletir a diversidade de situações e do povo brasileiro – entre bares, escritórios e comunidades, da Avenida Paulista a praias no Pará –, com a participação de 110 atores.

A criação da campanha é de Rodrigo Almeida, Matheus Rocha, Beto Rogoski, Rafael Gil, Carlos Karan e Kleyton Mourão, com direção de criação de Rafael Pitanguy, Rodrigo Almeida, Rafael Gil e Laura Esteves. A produção é da Iconoclast, com direção de Ian Ruschel e Urso Morto.



### **Letra completa da releitura “Que bonito é”**

#### **Rap de introdução:**

Bonito é ver que o jogo desse povo continua, vai em frente.  
Unido, assim, conectado. Todos lado a lado. É a força da gente.

Bonito é confiar no sorriso.  
Acreditar é preciso.

E o coração dá o aviso.

Vai que é bonito de ver  
todo mundo jogando  
pra gente vencer.

Vem ver que bonito:  
o show da torcida  
de craques da vida  
vai acontecer.

Muito respeito, amor infinito,  
bonito o mito voltou.  
Bate no peito: nós somos Brasil,  
que bonito é o grito de gol!

#### **Entra a nova letra de “Que bonito é”:**

Bate o escanteio, prega, balança a rede e nana o neném.  
Corre, abraça, estuda pra prova, luta e faz gol também.

Que bonito é...  
Menos “eu” e mais “a gente”.  
Esse povo competente  
outra vez vai chegar lá.

Que bonito é...  
ver o craque se mostrando  
como qualquer ser humano  
faz a gente se inspirar.

Que bonito é...  
saber que cada brasileiro  
é um craque verdadeiro  
com ou sem bola rolar.

A seleção da bola.  
A seleção das ruas.  
Chegou nosso momento.  
Brasil, ninguém te segura.

Bate o escanteio, prega, balança a rede e nana o neném.  
Corre, abraça, estuda pra prova, luta e faz gol também.

Que bonito é todo mundo jogando junto.

#joguejunto

## **FICHA TÉCNICA**

Cliente: Telefônica Brasil S/A

Produto: Institucional

Título: “Que bonito é”

Duração: 120”, 60” e 30”

VP de Criação: Rafael Pitanguy

Dir. Criação: Rodrigo Almeida, Rafael Gil e Laura Esteves

Redator: Rodrigo Almeida, Matheus Rocha e Beto Rogoski

Dir. Arte: Rafael Gil, Carlos Karan e Kleyton Mourão

Atendimento: Leonardo Balbi, Tatiana Magliari, Fernanda Duca, Maria Fernanda

Laudisio e Raquel Marques

Cliente: Marina Daineze, Carolina Sierra, Juliana Covino, Raphael Mesquita, Bruno

Chamas, Vivian Mendes e Vinicius Cavalcante

Planejamento: Paulo Vita, Tatiana Tsukamoto, Mariana Teixeira e Yudi Nakaoka

Mídia: Gustavo Gaion, Glaucia Montanha e Bruna Guise

RTV: Nicole Godoy, Camila Naito, Anderson Rocha, Mariana Marinho, Cléo

Gonçalves e Mayara Araújo

Produtora Filme: Iconoclast

Direção: Ian Ruschel e Urso Morto

Direção de Fotografia: Gabriel Bianchini

Direção de arte: WeTudoDois

Produção Executiva: Francesco Civita, Alonso Sperb e Karina Amabile

Coordenação de produção: Gregory Bogossian, Nathalie Gautier e André Bauer

Montagem: Marcelo Vogelaar

Finalização: Max Laux

Atendimento finalização: Claudia Rocha

Pós-produção: Pródigo

Produtora de som: S de Samba

Diretor Musical: Jair Oliveira e Wilson Simoninha

Produtor de som: Rodrigo Monteiro, Rafael Mancini, Rafael Silvestrini, Pedro Caldas e

Tiago Gamque.

Atendimento: Meg Ribeiro e Guga Costa

Locutor: Mauricio Pereira

Data de produção: novembro/ 2017

## **Sobre a Vivo**

A Vivo é a marca comercial da Telefônica Brasil, empresa líder em telecomunicações no País, com 97,6 milhões de acessos (3T17). A operadora atua na prestação de serviços de telecomunicações fixa e móvel em todo o território nacional e conta com um portfólio de produtos completo e convergente para clientes B2C e B2B – banda larga fixa e móvel, ultra banda larga (over fiber), voz fixa e móvel e TV por assinatura. A empresa está presente em 4,1 mil cidades, sendo mais de 3,9 mil com rede 3G e mais de 2 mil com 4G, segmento em que é líder de Market Share. A operadora ainda oferece o 4G+, internet duas vezes mais rápida que o 4G. No segmento móvel, a Vivo tem 74,6 milhões de clientes e responde pela maior participação de mercado do segmento (30,8%) no país, de acordo com resultados do balanço trimestral (3T17). Guiada pela constante inovação e a alta qualidade dos seus serviços, a Vivo está no centro de uma transformação Digital, que amplia a autonomia, a personalização e as escolhas em tempo real dos seus clientes, colocando-os no comando de sua vida digital, com segurança e confiabilidade. A Telefônica Brasil faz parte do Grupo Telefónica, um dos maiores conglomerados de comunicação do mundo, com presença em 21 países, 344,5 milhões de acessos, 125,9 mil colaboradores e receita de 52,0 bilhões de euros em 2016.

## **Contato Imprensa – VIVO**

[imprensa@telefonica.com](mailto:imprensa@telefonica.com)

(11) 3430-7020

### **Henrique Cavinatti**

(11) 3147-7400 – [henrique.cavinatti@maquinacohnwolfe.com](mailto:henrique.cavinatti@maquinacohnwolfe.com)

### **Kaique Barion**

(11) 3147-7441 – [kaique.barion@maquinacohnwolfe.com](mailto:kaique.barion@maquinacohnwolfe.com)

### **Marina Fonseca**

(11) 3147-7407 – [marina.fonseca@maquinacohnwolfe.com](mailto:marina.fonseca@maquinacohnwolfe.com)

### **Rodrigo Barneschi**

(11) 3147-7900 – [rodrigo.barneschi@maquinacohnwolfe.com](mailto:rodrigo.barneschi@maquinacohnwolfe.com)

## **Contato Imprensa – Y&R e Wunderman**

### **Gê Rocha**

(11) 3026-4558 / 99618-1215 – [ge.rocha@gruponewcomm.com.br](mailto:ge.rocha@gruponewcomm.com.br)

### **Tércio Silveira**

(11) 3026-5023 – [tercio.silveira@gruponewcomm.com.br](mailto:tercio.silveira@gruponewcomm.com.br)

### **Luciana Lima**

(11) 3026-5003 – [luciana.lima@gruponewcomm.com.br](mailto:luciana.lima@gruponewcomm.com.br)