

5º Rally do Mídia

Confraternização, criatividade e muita animação marcaram a prova realizada em homenagem aos mídias do DF

A competição mais tradicional das agências de publicidade do Distrito Federal, realizada pelos Diários Associados no último sábado, 27 de junho, registrou a sua homenagem ao Dia do Mídia em grande estilo pelas ruas da Capital Federal.

Em sua quinta edição, o Rally do Mídia surpreendeu muitos veteranos e estreantes que participaram da prova deste ano. A gincana dos Zequinhas (passageiros de trás) com atividades ligadas aos veículos do grupo, fantasias e carros estilizados com o tema Correio Braziliense 50 Anos foram apenas algumas das atrações do evento. Sempre em busca da inovação a cada edição da prova, o grupo Diários Associados decidiu ousar ainda mais em 2009. Para começar, foram abertas mais vagas em relação aos anos anteriores. Ao todo 70 agências se inscreveram e 68 marcaram presença na largada.

Outra grande novidade do Rally foi o local da chegada dos competidores. Diferente das últimas edições, este ano os Diários Associados inovou na recepção dos aventureiros e promoveram um grande Luau em comemoração ao Dia do Mídia. O local não poderia ser mais sugestivo: uma mansão, localizada no Park Way. O espaço por si só já trazia um visual paradisíaco e contou ainda com uma decoração tropical, com vários lounges, esteiras, sofás, mesas de frutas e uma pista de dança. Logo na entrada foram distribuídos colares havaianos e ao final da festa houve a entrega de sandálias para os competidores relaxarem.

Um bar temático foi instalado na festa para servir os publicitários. Nele, TVs de plasma passavam informações sobre os sites dos Diários Associados que davam nomes aos drinks do espaço: Vrum, Lugar Certo, CorreioWeb e CorreioBraziliense.com.br Para os competidores não ficarem preocupados com a Lei Seca, foi realizada uma brincadeira na hora da largada e na entrada do Luau. Antes da prova, os participantes receberam um mini-dado, para jogá-lo dentro carro. Quem tirasse o número maior era o amigo da vez. Essa ação foi reforçada na entrada da festa com um dado gigante.

No local da premiação também foi instalado um telão onde eram exibidas informações sobre o novo projeto gráfico e editorial Correio Braziliense, lançado no último dia 21 de junho.

Outra grande novidade da noite foi o prêmio para o 4º colocado na classificação geral da prova em homenagem ao 4º lugar consolidado de audiência da TV Brasília. * Fonte: IBOPE/ Media Workstation- DF- Todos os dias – 7h às 24h – Maio de 2009.

Aprova

A concentração antes do início da corrida aconteceu às 15h, no estacionamento do Correio

Braziliense. Durante a recepção dos participantes o clima era de animação e descontração. Foram distribuídas bebidas energéticas para eletrizar ainda mais as equipes. A largada foi dada às 16h, na ordem das inscrições das agências. O trajeto, revelado apenas na hora da partida, passou pelo Sudoeste, Cruzeiro, Setor Policial, Guará, Núcleo Bandeirante, Candangolândia e Park Way, onde os aventureiros foram recepcionados em grande estilo com um Luau. Ao todo as equipes percorreram um trajeto de 50 km, em uma média de 1h30 de prova, cada equipe. Os participantes mais perdidos contaram com o auxílio dos “limpa-trilhas”, carros de apoio que faziam a ronda pelo percurso para ajudar os competidores com dificuldade. “Além do suporte da equipe técnica, inovamos na organização com a disponibilização do GPS. Cada carro recebeu dois aparelhos. Desta forma conseguimos dar mais precisão ao resultado de cada carro”, conta Clis Pedreira, organizador da WRC Competições.

O segredo para vencer um rally é seguir as regras

Na 5ª edição do Rally do Mídia orientação e controle da velocidade foram fundamentais para a vitória

Diferente das provas em que é preciso completar o trajeto no menor tempo possível, o Rally do Mídia é uma competição de regularidade que tem como principal objetivo manter as médias horárias e as velocidades estabelecidas pela organização.

No último sábado, 27 de junho, as 68 equipes das agências de publicidade do 5º Rally do Mídia suaram, mas se divertiram muito para seguir o roteiro. Criatividade, emoção, bom humor e espírito de equipe não faltaram aos profissionais que participaram da emocionante aventura pelas avenidas da Capital Federal.

Dias antes da competição, os Diários Associados promoveram a Aula de Navegação, em que os grupos aprenderam sobre leitura da rota, siglas e nomenclaturas que os competidores encontrariam no percurso. “Nós apresentamos as teorias de um rally. Quem perdeu a aula pode ter ficado confuso com a sinalização da planilha na hora da prova. Mas os que participaram da aula, sem dúvida, largaram com mais vantagem”, explica Rodrigo Mello, navegador profissional e um dos organizadores da WRC Competições.

As planilhas com os detalhes do percurso e o tempo a ser cumprido pelas equipes foram entregues apenas no momento da largada. “É nessa hora que a leitura do trajeto faz a diferença na hora de o navegador passar comandos certos para o piloto. Para uma prova como esta, os competidores deveriam estar atentos às orientações, como zerar a distância, seguir o odômetro e ficar atento à metragem indicada”, conta Rodrigo.

Regras, como sinalização de placas, semáforo vermelho e limite de velocidade também foram levadas em conta. “Um dos primeiros itens do regulamento passados às equipes é o Código de

Trânsito. Durante todo o percurso ele foi cobrado. Quem seguiu todas as referências teve sucesso na prova”, afirma.

Outra pontuação somada ao desempenho técnico dos participantes foi o resultado da gincana, que seguiu paralela à prova. Além do piloto e do navegador, cada carro competiu com dois passageiros extras, os Zequinhas. A gincana é uma forma de descontrair os concorrentes. Enquanto piloto e navegador buscam concentração e habilidade na condução da prova, a dupla de Zequinhas garante a diversão.

Zequinhas – Gincanas

Interatividade e integração foram os principais desafios dos Zequinhas, que tiveram que ficar bem atentos nas provas dessa edição que estavam todas relacionadas aos veículos que fazem parte do grupo Diários Associados. Uma delas continha um caça-palavras em que os passageiros do banco de trás tiveram que encontrar os nomes: Correio Braziliense, AQUI-DF, Clube FM, Rádio Clube AM, TV Brasília, CorreioWeb, Vrum e Lugar Certo.

Em outra questão, os publicitários deveriam formar, com recortes de jornal, a frase “O Correio Braziliense é líder em leitura no DF com 748 mil leitores”. Fonte: Estudos Marplan - Brasília DF - Janeiro a Dezembro 2008, ambos os sexos 10+anos.

Para reforçar a campanha AQUI-DF cada vez mais forte, um modelo musculoso ficou no percurso com vários jornais. Os participantes deveriam descobrir quantos exemplares ele estava segurando.

A TV Brasília também entrou na 5ª Edição do Rally do Mídia. A emissora que mais se aproxima do público da cidade participou da prova dos Zequinhas reforçando o seu 4ª lugar consolidado de audiência, com TVs espalhadas pelo trajeto. Cada equipe deveria acertar o número de aparelhos espalhados na prova. Fonte: IBOPE/ Media Workstation – DF - Todos os dias – 7h às 24h – Maio de 2009.

Para finalizar, a rádio líder em audiência geral na frequência FM em todas as classes sociais no DF, teve a sua marca registrada em um quebra-cabeça que deveria ser montado pelos Zequinhas, Clube FM. Fonte: IBOPE Easy Media – Brasília/DF - Todos os dias – das 7h às 19h – Maio de 2009.

Confraternização e muita animação

Na chegada das equipes ao Luau, Mexicanos, Smurfs, Madonnas e outros personagens que disputaram a competição se encontraram na grande festa de encerramento.

A equipe Arriba!, da agência GNP, comentava as dificuldades que enfrentou durante o percurso. “Montamos o quebra-cabeça da prova dos Zequinhas de cabeça para baixo”, revelou o diretor de criação, Ricardo Fiori, entre outros erros no trajeto. Sombrieros e bigodes também fizeram parte da produção da equipe.

Já os publicitários da agência Mídia e Design Comunicação incorporaram os personagens do programa Zorra Total - Dra. Lorca, Lady Kate, Patrick e sua noiva, a ingênua Maria da Abadia. Segundo Sandra Lima, profissional de atendimento da equipe e “nutricionista” do grupo, as fantasias foram definidas por vocação: “Já tínhamos os personagens prontos no escritório”, conta.

Os Jacksons 4, da agência Perceptiva, queriam homenagear os 50 anos de Michael Jackson e, com a morte do rei do pop, incluíram uma bandeira de luto no seu carro. As fantasias incluíam perucas de black power, coletes e calças bocas-de-sino. Antes da premiação, o Zequinha Raoni Leão, profissional de criação, disse que preferia ganhar o prêmio de melhor fantasia à viagem para Buenos Aires. “Damos mais valor à criatividade do que a um bom desempenho no rally”, explicou o publicitário. Já o motorista da equipe, Rafael Arnoldo, diretor de arte, identificou um obstáculo para a prova dentro do próprio carro: “as perucas eram grandes demais. Eu não conseguia nem ver o retrovisor direito”.

As meninas da Borghierh Lowe escolheram perucas loiras e roupas cor-de-rosa para prestar outra homenagem, dessa vez à musa do pop. A equipe A Madonna também é cinquentona ouviu músicas da cantora durante toda a prova e não se preocupou em seguir a tabela de navegação à risca. “Viemos aqui para nos divertir”, explicou Larissa Santos, atendimento.

Os Smurfs da agência Montandon levaram três horas para espalhar toda a tinta azul que cobria seus rostos, braços e pernas. Cristiane Montandon justificou a escolha do tema: “O desenho é antigo, mas nunca fica desatualizado, como o Correio Braziliense”.

Primeiras colocações e premiações

Depois da surpreendente recepção dos mídias mais aventureiros da Capital Federal em um grande Luau, o momento mais aguardado da noite era a premiação. O locutor Tone Reis, das rádios Clube FM e Rádio Clube AM, comandou a festa e anunciou os grandes sortudos da vez.

Os quatro integrantes da agência Two Publicidade, equipe Two, garantiram o primeiro lugar na 5ª Edição do Rally do Mídia. Cada um levou para casa uma moto modelo Kansas 150. “É a segunda vez que participamos da prova. Estamos muito felizes com o resultado. Acho importantíssima a organização deste evento. É uma oportunidade que temos de conhecermos os bons profissionais que temos no mercado”, afirmou o mídia e navegador da equipe, Tiago Oberdá, 26 anos.

O segundo lugar ficou com a equipe Debrito, da agência Debrito Propaganda. Os integrantes ganharam um pacote de viagem (ida e volta) para Buenos Aires, com direito a um acompanhante, cada um. “Não garantimos a primeira colocação desta vez, mas, no próximo ano, tenho certeza que a vitória será nossa”, afirmou o publicitário Felipe Ribeiro Bastos. Segundo ele, a equipe participa do evento há quatro edições.

A terceira colocação ficou com os integrantes da agência Matriz Comunicação, com a equipe Os Classificados. Cada integrante recebeu um final de semana no Brasília Alvorada Hotel, com direito

a acompanhante. “Ficamos muito felizes com a premiação. Todo o clima da Luau do rally já deixou a equipe bem animada e satisfeita com a prova. A festa deste ano conseguiu passar um clima de comemoração e integração dos publicitários com muito mais estilo. Quando vimos que ficaríamos entre os primeiros colocados ficamos mais animados ainda”, conta a diretora de mídia Carolina Oliveira.

Outra grande novidade desta edição do rally foi a premiação do quarto colocado. A equipe Averemos de Ganhar da agência AV Comunicação ganhou uma TV LCD de 40”. A premiação fez parte das comemorações do 4º lugar consolidado de audiência da emissora. Fonte: IBOPE/ Media Workstation – DF - Todos os dias – 7h às 24h – Maio de 2009.

Mais descontração

O Rally do Mídia não é feito apenas de desempenhos corretos e convencionais. A equipe Volta pro Mar Oferenda, da agência Mr. Brain, 58ª colocada na prova, levou o troféu Lost, por ser a equipe mais perdida da prova.

Já a equipe da Casa Nova Comunicação garantiu o troféu Papel Higiênico, reservado à maior “jogada de sorte” da prova. Acidentalmente, os publicitários atingiram um ponto de controle com exatidão de tempo e espaço.

Finalmente, a equipe Notícia Ruim, da agência Feijão, não chegou primeiro, mas levou o troféu Indiana Jones. O grupo se destacou pelo desempenho mais aventureiro e radical da prova.

Fantasia e premiações

Uma dos comentários mais inevitáveis da festa é a criatividade dos publicitários do DF na apresentação de suas fantasias.

Mantendo a tradição nas premiações do Rally do Mídia, quem levou o prêmio de Melhor Fantasia este ano foi a equipe EB O quê?, da agência EBC. Competindo num carro totalmente coberto de páginas do Correio Braziliense e com um figurino de vestidos estampados de notícias, a equipe conquistou o júri dos Diários Associados com a melhor homenagem ao tema Correio Braziliense 50 anos. “A colagem das páginas do Correio no meu carro foi trabalhosa, mas valeu a pena”, revelou a navegadora e profissional de atendimento, Anna Paula Alvarenga. As vencedoras ainda ganharam um jantar a dois no restaurante Universal.

Entrevista com o Paulo César de Oliveira Marques, diretor de comercialização e Marketing dos Diários Associados no Distrito Federal

Em uma fase de grandes mudanças e transformações no projeto gráfico e editorial do Correio Braziliense, o diretor de comercialização e Marketing do Correio Braziliense, Paulo César de Oliveira Marques, comentou sobre a importância da realização do 5º Rally do Mídia, reconhecido como a prova mais tradicional das agências de publicidade do DF.

D.A: A cada ano o Rally do Mídia conta com uma participação maior das agências de publicidade do DF. Como você vê essa aceitação e a integração do Correio Braziliense com os publicitários?

PC: O evento é a comprovação da nossa admiração pelos publicitários que utilizam o seu talento na busca dos melhores resultados para os seus clientes e veículos de comunicação. O Rally do Mídia é uma forma descontraída de prestarmos a nossa homenagem ao Dia do Mídia, comemorado no dia 21 de junho.

D.A: Este ano o evento foi reconhecido como um dos mais grandiosos de todas as edições. Há alguma previsão do que os publicitários podem esperar para o próximo ano?

PC: Em 2010 será comemorado os 50 anos da Capital Federal e do Correio Braziliense. Estamos prevendo uma programação maior e que promete surpreender ainda mais. Sugiro que todos fiquem de olho nas inscrições da próxima edição!