

Num projeto inédito, Pepsi, AlmapBBDO e Editora Abril lançam a revistinha Pepsi Twist

Editada pelos próprios Limõezinhos – que fizeram estágio na editora – ela tem formato de gibi e é dirigida aos jovens consumidores

Já está nas bancas a revista Pepsi Twist, criada pela AlmapBBDO e desenvolvida pela Editora Abril. Com miolo de papel jornal e 16 páginas, ela vem encartada nas edições de junho de Superinteressante, Mundo Estranho, Bizz e Capricho e traz vários assuntos, todos com um toque do humor ácido que caracteriza o jeito de ser dos Limõezinhos, dupla famosa da comunicação de Pepsi Twist. Com uma proposta ousada e inovadora, a revista terá 736.000 exemplares que levarão a seus leitores muita zoeira e informação: o que há de real por trás de frases prontas, infográficos de invenções bizarras, quadrinhos, passatempos irados e um "manual" com dicas ótimas para você ir longe quando quer terminar um namoro ou driblar a moça do telemarketing! O projeto conta também com o site www.revistapepsitwist.com.br, uma revista Pepsi Twist na Internet. Ele oferece uma oficina de história em quadrinhos com o professor Chico Zullo, o desafio Twist – se o internauta acertar o alvo, joga o limão num barril de refrigerante -, a própria revista online e a história do projeto.

Como nasceu

A idéia da revistinha surgiu depois que os limões passaram um ano "estagiando" no Núcleo Jovem da Editora Abril, onde aprontaram e também aprenderam, tornando-se aptos a editar uma revista. Chamada Zoeiras Pepsi Twist, a ação se dividiu em várias durante o ano de 2007. Em sua passagem pela maior editora da América Latina, a dupla fez dezenas de intervenções nas matérias das revistas Superinteressante, Capricho, Mundo Estranho e Bizz, promoções, histórias em quadrinhos, um blog atualizado diariamente, e elaboraram algumas misturas malucas de moda e música nas revistas Bizz e Capricho. Em um concurso cultural de um mês, ao final, cerca de mil participantes disputaram uma viagem a São Paulo, com direito a almoço, pizza e passeio de helicóptero e visita na Ed. Abril. Os vencedores também levaram pra casa mil latinhas de Twist, e o autor da melhor resposta ainda apareceu em uma história ao lado dos sarcásticos limões, no encerramento do projeto.

Resultados

Zoeiras Pepsi Twist foi um marco entre as ações publicitárias nas revistas do Núcleo Jovem da Ed. Abril. Sua inovação, impacto e nível inédito de interatividade estabeleceram um forte vínculo emocional entre a marca Pepsi Twist e os leitores dos títulos jovens mais admirados do Brasil. Mais de 4,5 milhões de leitores foram atingidos em 2007, e agora, em uma proposta ainda maior, serão 5,5 milhões de leitores impactados por 736.000 exemplares da revista Pepsi Twist.

- Super Interessante: 2.067.000 leitores
- Capricho: 3.176.000 leitores
- Mundo Estranho: 179.000 leitores
- Loveteen: 137.000 leitores

Primeiro número

Nesta edição da revista Pepsi Twist há muitas informações interessantes. Vejam: - Existem vários tipos de limões, mas o mais interessante é que alguns são doces! - Cleópatra na verdade era feia... e o ilustrador levou cerca de 15 dias para fazer jus à real imagem desta rainha - A capa do limão vestido de Hulk teve 12 fases antes de chegar à versão publicada (passando por Batman, Indiana Jones e até um macaco!) - O repórter passou 17 dias apurando 16 refrigerantes diferentes da Pepsi antes de listar os 10 que seriam publicados em Dezcoladas - A pauta da camisinha bizarra teve 5 esboços diferentes, até chegar à metáfora de "banana com maçã" utilizada na solução final.

Oficina de HQ

Uma das seções da revista é uma história em quadrinhos criada durante a primeira edição da Oficina de HQ realizada pela Editora Abril e Pepsi Twist, em uma escola de São Paulo. Para atrair os participantes, um cartaz ficou exposto durante 1 semana na Escola Técnica Estadual Guaracy Silveira. Entre os seus 600 estudantes do Ensino Médio, houve mais de 100 inscrições. Outras 6 edições da oficina serão realizadas.

Como não cabia todo mundo nas aulas, a escola realizou a seleção dos candidatos por meio dos desenhos, notas, disponibilidade de horário e interesse dos alunos. Dos 100 inscritos, 36 alunos entre 13 e 16 anos foram selecionados para participar da ação. Durante o intervalo das aulas, os estudantes receberam 2.000 latinhas de Pepsi Twist na faixa. Eis alguns depoimentos dos meninos sobre a ação:

- "Muito bom. A galera tava com sede, né?", diz Augusto Hideo, 15 anos.
- "Foi bem legal. Reuniu o pessoal. Tem gente que eu nem conhecia que tava aqui junto", arremata Leonardo Telles, 16 anos.
- "Tinha que ter toda semana. Ou melhor, todo dia. Mó brisa!", diz Gabriel Castro, 14 anos.
- "É bem mais legal que algumas aulas", disparam Danilo Restaino, 16 anos, Luana Karoline, 16 anos e Eduardo Balilla, 15 anos.