

Para marcar os 40 anos de Meio & Mensagem, 40 criativos que construíram histórias e personagens marcantes apontam as 40 melhores campanhas dessas quatro décadas, que consolidaram a publicidade brasileira como uma das mais criativas e populares do mundo.

Págs. 100 e 118



Criativos elegem as melhores campanhas em quatro décadas

ENTREVISTA

Sadoun: “Estamos inventando um novo modelo”

Terceiro CEO do Publicis Groupe ao longo dos 92 anos da holding francesa, Arthur Sadoun tem a responsabilidade de liderar a companhia em meio à maior transformação já enfrentada pela indústria da comunicação. Seu desafio é preparar a empresa para o futuro, incorporando as novas demandas dos clientes em termos de dados e tecnologia, sem perder a áurea criativa fundamental para a geração de valor no setor. **Págs. 14 a 18**



Arthur Sadoun: “Haverá mais mudança nos próximos cinco anos do que vimos nos últimos 30”

ESPECIAL 40 ANOS

Sociedade, cultura e economia: o valor da publicidade

Págs. 68 a 98

EM PAUTA

Ricardo John será presidente da J. Walter Thompson

ARTHUR NOBRE

Pág. 146

"NÃO É NENHUMA BRASTEMP"
da Talent para Brastemp (1992)

1ª

309 pontos

Pelas conversas bem-humoradas do sofá da Brastemp passaram diversos personagens e até celebridades da TV, mas os mais identificados com a marca são os atores Arthur Kohl e Wandir Doratiotto. Os primeiros filmes foram criados por Paschoal Fabra Neto e Ricardo Freire, com direção de criação de Ana Carmen Longobardi e Mauro Perez, produzidos pela O2 e dirigidos por Fernando Meirelles. Após o sucesso nos anos 1990, a poltrona voltou à mídia no início dos anos 2000 e, novamente, no ano passado em uma homenagem feita pela FCB, atual agência da Brastemp.



"PRIMEIRO SUTIÃ"
da W/GGK para Valisère (1987)

2ª

200 pontos

Para rejuvenescer a marca e representar o sentimento das pré-adolescentes com o primeiro sutiã, Washington Olivetto passou a missão de criar o filme para Camila Franco e Rose Ferraz. O slogan "O primeiro Valisère a gente nunca esquece" é um dos bordões da publicidade mais usados fora dela. Mas o encantamento provocado pelo filme também é obra do diretor Julio Xavier e da atuação da protagonista escolhida por ele, a atriz Patrícia Lucchesi.



"GAROTO BOMBRILO"
da DPZ para Bombril (1978)

3ª

199 pontos

Com mais de 300 filmes e 26 anos ininterruptos no ar, a campanha é a mais longa da publicidade mundial. O personagem criado, na DPZ, por Francesc Petit e Washington Olivetto foi materializado pela interpretação do ator Carlos Moreno, descoberto por Oscar Caporalli, então sócio de Andres Bukowski, da produtora ABA Filmes, que dirigiu toda a série, continuada pela W/Brasil e cujo estilo inspirou inúmeras releituras, inclusive de outras marcas.



"DESCE REDONDO"
da F/Nazca S&S para Skol (1997)

4ª

187 pontos

O comercial "Raio X", criado por Fábio Fernandes e dirigido por Rodolfo Vanni, da Cia. de Cinema, inaugurou um dos conceitos mais poderosos da publicidade brasileira, usado com diversas variações há 20 anos. Na época, Skol disputava o terceiro lugar em vendas de cervejas. De lá para cá, assumiu a liderança e se tornou a marca mais valiosa de seu segmento, e uma das três maiores do País, atrás apenas de Itaú e Bradesco (Interbrand).



"TODO MUNDO USA"
da AlmapBBDO para Havaianas (1994)

5ª

180 pontos

No ano em que assumiu a conta, que atende até hoje, a agência — então comandada por José Luiz Madeira, Marcello Serpa e Alexandre Gama — iniciou uma transformação, primeiro com o ator Luiz Fernando Guimarães entrevistando celebridades para mostrar que todo mundo usa Havaianas. Desde então, a campanha teve mais de cem filmes (a maioria dirigidos por Clóvis Mello, da Cine) e peças que ajudam a publicidade brasileira a ser referência mundial em mídia impressa.



6ª

123 pontos

"HITLER"
da W/GGK para Folha de S. Paulo (1988)

Com redação de Nizan Guanaes, direção de arte de Gabriel Zellmeister e direção de criação de Washington Olivetto, o filme dirigido por Andrés Bukowinski foca um pigmento e vai abrindo a imagem enquanto são narrados fatos positivos da biografia do ditador alemão, cuja foto aparece estampada na tela ao final enquanto o locutor Ferreira Martins diz que "é possível contar um monte de mentiras dizendo só a verdade", antes da assinatura final: "o jornal que mais se compra e o que nunca se vende".



"BONITA CAMISA, FERNANDINHO"
da Talent para US Top (1984)

O bordão foi criado há 34 anos por Ruy Lindenberg e Marco Túlio Fagim, dirigidos por Ana Carmen Longobardi, para o enredo da reunião do chefe (o cineasta Nello Di Rossi) com seus subordinados, todos vestidos iguais, à exceção de Fernando (Dany Roland, baterista da banda Metro), que por usar camisas da marca vai se aproximando da cabeceira da mesa, e passa a ser chamado de Fernandinho. Dirigida por Dorian Taterka, a série termina com o slogan "O mundo trata melhor quem se veste bem".

7ª

118 pontos

"PERGUNTA LÁ"
da Talent para Ipiranga (2011)

Após o filme "Informação" (parte de campanha criada por João Livi, Alexandre "Nego Lee" Popoviski, Celso Alfieri, Fabiano Pinel e Fabio Mozeli), o bordão "Pergunta lá no Posto Ipiranga" virou assinatura oficial da marca. Embora o comercial inicial tenha produção da Pródigo, com direção de Caito Ortiz, a sequência que sedimentou a série foi produzida pela O2, com direção de Fernando Meirelles e Quico Meirelles. Os bons resultados do case de reposicionamento dos postos como rede multisserviços foram reconhecidos com o Grand Effie Brasil, em 2012.

8ª

89 pontos



"RETRATOS DA REAL BELEZA"
da Ogilvy para Dove (2013)

Criado por Diego Machado e Hugo Veiga, com direção de criação de Anselmo Ramos, é o case brasileiro mais premiado na história do Festival de Cannes, com Grand Prix de Titanium, Leão de Creative Effectiveness, 10 Ouros, 2 Pratas e 4 Bronzes. O documentário gravado nos Estados Unidos pela Paranoid US aborda discrepâncias nos retratos feitos por um desenhista forense guiado pelo depoimento das mulheres retratadas e de terceiros, mostrando que elas se descrevem menos bonitas do que são na realidade.

9ª

79 pontos

10ª

75 pontos

"MAMÍFEROS"
da DM9 para Parmalat (1996)

Criada por Erh Ray e Nizan Guanaes, inspirados pelas fotos de crianças características do portfólio do norte-americano Tom Arma, a campanha publicitária deu origem à ação promocional que distribuiu 15 milhões de bichinhos de pelúcia. A série durou três anos, mas o sucesso foi tanto que já foi reeditada outras vezes, como em 2007, pela Africa de Nizan, com as crianças do filme original crescidas; e em 2017, pela BETC de Erh. O filme inicial foi produzido pela TVC, com direção de Ricardo Carvalho e trilha da MCR.



11ª

63 pontos

"PIPOCA"
da DM9DDB para Guaraná Antactica (1991)

Um dos jingles mais marcantes da publicidade brasileira, "Pipoca e Guaraná" foi composto por César Brunetti para a produtora de som MCR, a pedido de Nizan Guanaes, que criou o filme que sugere a combinação de pipoca com guaraná e abriu espaços para outras variações, como pizza e sanduíche. O comercial que deu origem à série foi dirigido por Flavia Moraes. A melodia da música tema foi reeditada com nova letra cantada por Claudia Leitte, em 2010.

**"NÚMERO 1"**

da Fischer & Justus para Brahma (1991)

Um dos cases mais emblemáticos do que o mercado passou a chamar de comunicação integrada, o projeto envolveu desde mudança de rótulo até filmes memoráveis, como o protagonizado por João Gilberto, dirigido por Walter Salles Jr. A campanha foi criada por Eduardo Fischer e Claudio Carillo (este também autor do jingle, junto com Sérgio Augusto Sarapo) e se notabilizou pelo gesto do indicador levantado — repetido em campo pelos jogadores da seleção brasileira na Copa do Mundo de 1994, quando a marca repercutiu mais que os patrocinadores oficiais.

12ª

60 pontos

13ª

47 pontos

"A MORTE DO ORELHÃO"
da DPZ para Telesp (1980)

O comercial "Vandalismo" foi criado por uma das melhores duplas da história da publicidade brasileira: Neil Ferreira e José Zaragoza. Dirigido por Julio Xavier, o filme humaniza um telefone público e dramatiza sua queda ao chão para denunciar as depredações que chagavam a 20 ao dia naquela época. Quando ainda não eram possíveis efeitos de computação gráfica, a trucagem da morte do orelhão foi feita por Domingos Utimura, especialista em efeitos especiais.

**"REPÓRTER"**

da Artplan para Caixa Econômica Federal (1984)

A campanha revelou para a publicidade o talento do redator Nizan Guanaes e, para a televisão, a veia comediante do ator Luiz Fernando Guimarães — que na época interpretava um repórter trapalhão na peça *A Farra da Terra*, do grupo Asdrúbal Trouxe o Trombone. Criada por Nizan em dupla com Walter Vicente (conhecido como Falcon), a série de 30 filmes foi gravada em várias cidades brasileiras, com direção de cena de Chico Abréia, que também era diretor de criação da agência.

14ª

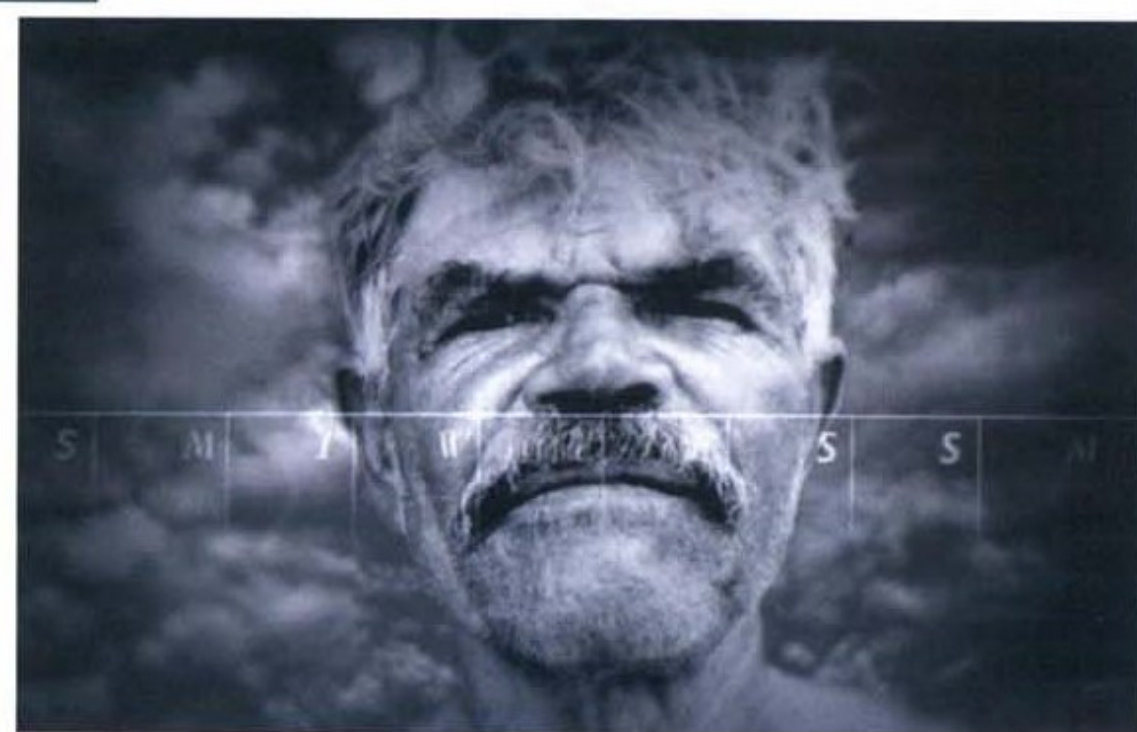
46 pontos

15ª

42 pontos

"A SEMANA"
da W/Brasil para Época (2000)

Único brasileiro ganhador do Grand Clio de Film, em 2001, em toda a história do festival norte-americano, o comercial foi criado pelo diretor de arte Jarbas Agnelli e o redator Alexandre Machado. Agnelli também dirigiu, produziu e fez a locução e a trilha do filme em seu estúdio caseiro que, posteriormente, deu origem à AD Studio, produtora que comanda há 17 anos. Seu trabalho de computação gráfica foi feito sobre fotos de Miro, Marcio Scavone e bancos de imagens.



16ª

40 pontos

**"BAIXINHO"
da DPZ para Kaiser (1986)**

Durante concorrência pela conta da marca, o diretor de criação Neil Ferreira pegou o tema For He's A Jolly Good Fellow — por ser de domínio público — e adaptou a letra dando origem ao jingle "A Kaiser é uma grande cerveja", desenvolvido pela MCR. O filme, criado em parceria com José Zaragoza, mostra homens cantarolando a música em um banheiro. Para fazer figuração, o diretor Claudio Meyer convocou um motorista da Nova Filmes, o catalão José Valien Royo, que chamou a atenção dos criativos, virou o baixinho da Kaiser e protagonizou várias campanhas para a marca — e até para concorrentes.



**"TÊM COISAS QUE SÓ A PHILCO FAZ PARA VOCÊ"
da F/Nazca S&S para Philco (1995)**

Embora tenha sido criado por Fábio Fernandes quando ele ainda estava na Y&R, o slogan "Têm coisas que só a Philco faz para você" ganhou seus filmes de maior sucesso na época em que a conta já era atendida pelo publicitário na sua F/Nazca S&S. Os destaques são "Índio e indiozinho" (produzido pela Cia de Cinema, com direção de Rodolfo Vanni) e "Formigas" (produzido por Zero Filmes e Vetor Zero, com direção de Sergio Amon e Alceu Baptista), que com seus recursos de animação arrematou um Leão de Ouro em Cannes. Trilha da Avant Garde.

17ª

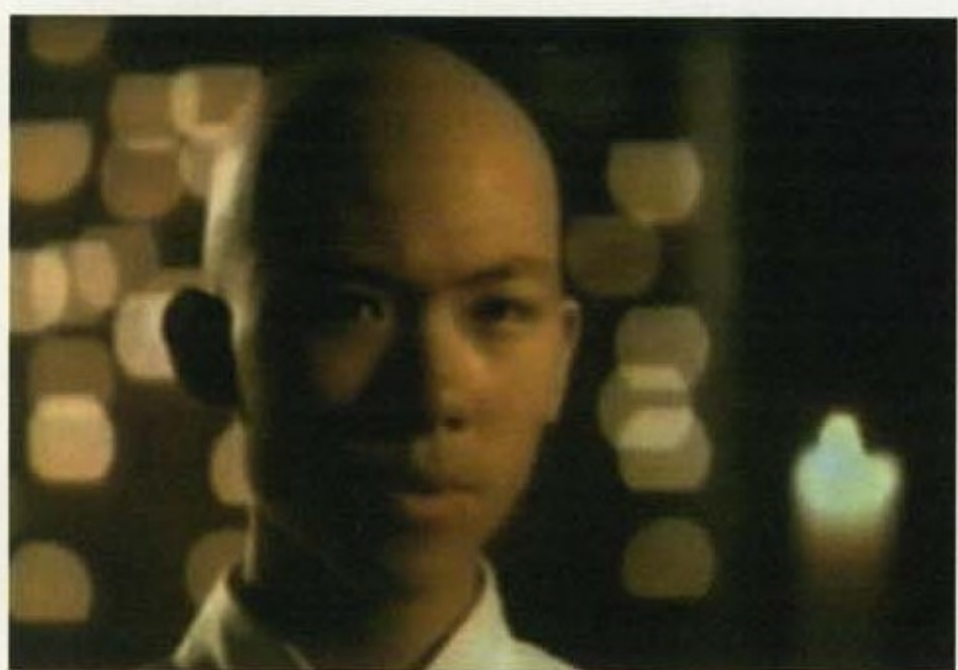
38 pontos

18ª

37 pontos

**"O TEMPO PASSA, O TEMPO VOA"
da Colucci para Bamerindus (1991)**

Criado para o rádio na década de 1970 por Walter Santos e Tereza Souza, da produtora NossoEstúdio, o jingle do Bamerindus chegou à televisão no início dos anos 1990. Ganhou versões em diversos ritmos nos comerciais dirigidos por Andrés Bukowinski, da ABA Filmes, que selecionou o tradicional conjunto musical Os Três do Rio (que, apesar do nome, era formado por um trio de paulistas) para protagonizar a campanha desenvolvida pela Colucci, com criação de Fernando Rodrigues, Milce Junqueira e Fernando Leite.



**"OS NOSSOS JAPONESES SÃO MAIS CRIATIVOS"
da Talent para Semp Toshiba (1991)**

Mais uma das brilhantes campanhas saídas da criação da Talent na época em que foi dirigida por Ana Carmem Longobardi e Mauro Perez, o conceito "Os nossos japoneses são mais criativos do que os japoneses dos outros" foi criado por Perez e a primeira série de três comerciais foi dirigida por Fernando Meirelles e Saulo Silveira, então na produtora Olhar Eletrônico. Nos anos seguintes, mais de 50 comerciais foram feitos com o slogan.

19ª

35 pontos

20ª

33 pontos

**"APAIXONADOS POR CARRO COMO TODO BRASILEIRO"
da Talent para Ipiranga (1995)**

Situações cotidianas retratadas de forma bem-humorada já renderam bons enredos para muitas campanhas publicitárias. Uma das clássicas é a série desenvolvida pela equipe de criação liderada por Ana Carmem Longobardi e Mauro Perez para Ipiranga. Um dos comerciais mais engraçados é "Memória", em que o marido se lembra de todos os modelos e placas dos carros que teve na vida, mas se esquece do nome da esposa — criado por Marcelo Aragão, dirigido por Fernando Meirelles (da O2) e vencedor do prêmio Profissionais do Ano em 1997.



21ª

30 pontos

"SÍMBOLO"
da DM9DDB para Itaú

Produzido pela Zohar, com direção de Paulo Vainer e Toni Vanzolini e trilha da Voicez, o filme "Símbolo" marca a estreia do gesto feito com o indicador imitando o sinal de arroba, mas com a letra "i" de Itaú no lugar da "a". A sacada de Sérgio Valente foi repetida em diversas campanhas do banco desde então, reforçando a conexão da marca com a era digital. O comercial foi criado por Nizan Guanaes, Sérgio Valente, Camila Franco, Erh Ray e Fabio Victoria e Luciano Zuffo.



"O MELHOR AMIGO DO CARRO E DO DONO DO CARRO"
da W/Brasil para Cofap (1990)

Até hoje, quase 30 anos após a estreia da campanha, ainda há quem se refira à raça Dachshund como "cachorro da Cofap". A série foi criada por Ruy Lindenberg e Gabriel Zellmeister, com direção de criação de Washington Olivetto — que, entretanto, conta que o alerta para semelhança entre os amortecedores e os Dachshunds foi do cliente, Roberto Kasinski. Os filmes foram dirigidos por Julio Xavier, responsável por escalar o adestrador Jayro Motta.

22ª

28 pontos

23ª

27 pontos

"ABUSE & USE"
da Avanti Publicidade para C&A (1990)

O gingado e a simpatia do ator Sebastian Fonseca marcaram a publicidade da rede de lojas por mais de 20 anos. O personagem foi desenvolvido na house do anunciante por Ralph Choate, Waldir Costa e Woody Gebara. Inspirado na comédia musical "The Blues Brothers" (John Landis/1980), o primeiro comercial da campanha foi dirigido por José Possi Neto, com trilha composta por Thomas Roth, Julio Moschen e Hilton Raw e cantada pela voz rouca de Josias Damasceno — e não por Sebastian, como muitos acreditam.



"SHELL RESPONDE"
da Standard, Ogilvy & Mather para Shell (1982)

Os livros de bolso Shell Responde circularam de 1982 a 1994, com dicas de cuidados com carro, educação para o trânsito e informações sobre viagens de férias. Os comerciais que divulgaram seus lançamentos foram a forma encontrada pela agência para driblar a proibição de publicidade de combustíveis, que vigorava na época. Criação de Clóvis Calia, Jaques Lewkowicz e Heitor Feitosa, com direção de criação de José Fontoura da Costa.

24ª

26 pontos

25ª

25 pontos

"EXPLICAÇÃO"
da W/Brasil para Folha de S.Paulo (1997)

Quase dez anos após sucesso do filme "Hitler", a parceria entre agência e anunciante rende mais uma pérola. Narrado com irreverência pelo ator Luis Gustavo, o filme resume 50 anos de história em dois minutos — de Getúlio Vargas ("foi um bafafá") a Fernando Henrique Cardoso ("que tá aí, querendo ficar mais um pouquinho"). Criação do redator Alexandre Machado e do diretor de arte Newton Bento, com direção de criação de Washington Olivetto. Na direção do comercial, o mesmo Andrés Bukowinski, da ABA Filmes, que havia feito "Hitler".

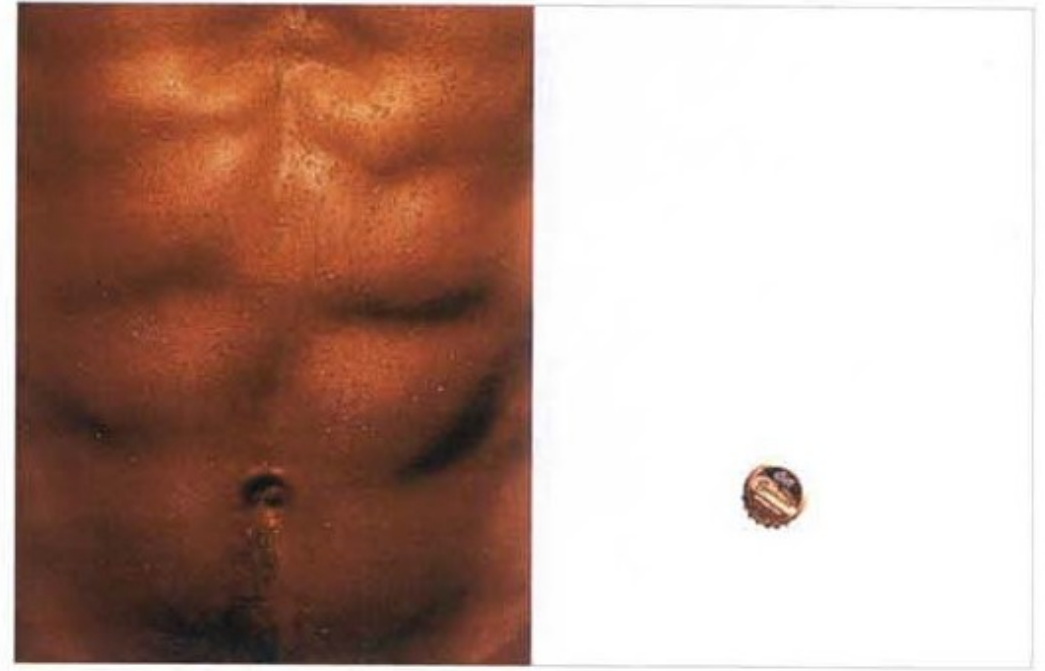


25ª

25 pontos

**"UMBIGO",
da DM9DDB para Guaraná Antarctica Diet (1993)**

Criado por Marcello Serpa, com direção de criação de Nizan Guanaes, o cartaz é um marco importante na história da publicidade brasileira. Ao conquistar o primeiro Grand Prix do Brasil no Festival de Cannes, na então chamada área de Press & Outdoor, explicitou para o mundo a qualidade da direção de arte brasileira para mídia impressa.



**"GOSTOSO COMO A VIDA DEVE SER",
da Taterka para McDonald's (1994)**

Primeira campanha da agência para o cliente, que atende até hoje (agora como DPZ&T), marca também o estilo de comunicação que deu ao McDonald's no Brasil uma reputação superior ao que a rede de fast-food tem em outros mercados importantes. Muito disso se deve ao trabalho da equipe liderada por Dorian Taterka, que criou o primeiro comercial da série ao lado de Toninho Neto, Sigeru Hashimoto e Ricardo "Gordo" Carvalho (que também dirigiu o filme)

27ª

24 pontos

28ª

23 pontos

**"LEÃO DO IMPOSTO DE RENDA"
da DPZ para Receita Federal (1979)**

A campanha, criada por Neil Ferreira e José Zaragoza, transformou o leão em sinônimo de Imposto de Renda. A Receita Federal precisava mostrar que o governo estava mais rigoroso, daí a ideia de transmitir respeito e força por meio do leão, mas com uma mensagem que convencesse os contribuintes a não sonegar: "Você vai ver que o leão é manso e conhece o seu lugar".



**"OUTDOORS"
da Africa para Itaú (2003)**

O uso da mídia exterior de forma diferenciada, com mensagens direcionadas para targets específicos, foi a grande sacada da campanha, que foi a primeira da agência para o anunciante e lançou o conceito "Feito pra você". Criados por Nizan Guanaes, Joanna Monteiro, Sergio Gordilho e Paulo Coelho, os outdoors customizados usaram apliques e formatos alternativos para dizer que o banco foi feito para baladeiros, distraídos, tradicionais, desorganizados, detalhistas...

29ª

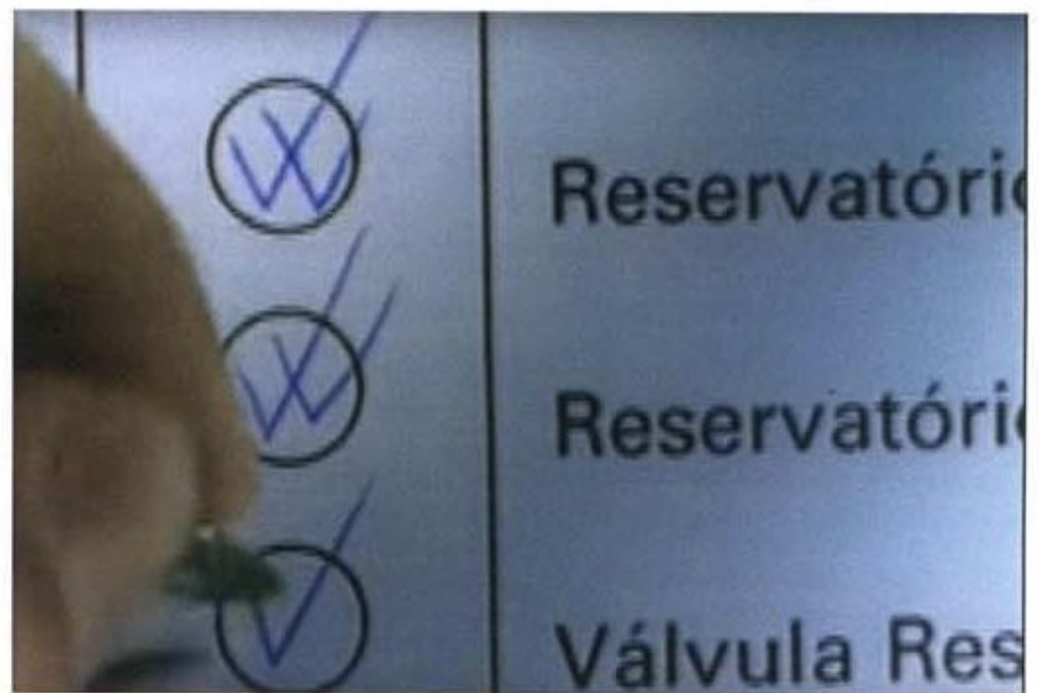
22 pontos

30ª

21 pontos

**"VOCÊ CONHECE, VOCÊ CONFIA"
da AlmapBBDO para Volkswagen (1999)**

Em um dos relacionamentos mais duradouros da publicidade brasileira, a conta da fabricante de automóveis é atendida pela agência desde 1956. Um dos pontos altos da campanha "Você conhece, você confia" se deu com o filme "Dois vistos", criado por Eugenio Mohallem e Marcello Serpa, produzido pela Cine, com direção de Clóvis Melo, e vencedor de um Leão de Ouro em Cannes.



31ª

20 pontos

"BIG MAC"
da Leo Burnett para McDonald's (1983)

Criado em 1974 pelos norte-americanos Charles Rosenberg e Mark Vieha, o jingle do Big Mac ganhou sua versão brasileira no início dos anos 1980, e desde então todo mundo sabe a receita do sanduíche: "dois hambúrgueres, alface, queijo, molho especial, cebola e pickles em um pão com gergelim".



"O SUCESSO"
da DPZ para Hollywood (1985)

Da década de 1970 até o banimento da publicidade de cigarros, em 2001, a Souza Cruz foi um dos principais anunciantes do País, com diversas campanhas criativas para várias de suas marcas. Nos anos 1980, os comerciais da série "O sucesso", de Hollywood, eram superproduções que alçavam músicas de bandas internacionais de rock ao topo do hit parade. Em 1985, ano do primeiro Rock in Rio, o vocalista do Whitesnake, David Coverdale, gravou um jingle com o grupo Roupas Nova especialmente para um dos filmes da marca.

32ª

19 pontos

33ª

18 pontos

"NÃO BASTA SER PAI, TEM QUE PARTICIPAR"
da DM9 para Gelol (1984)

O slogan criado por Duda Mendonça é daqueles que ultrapassam os limites da publicidade. O filme em tom emocional, dirigido pelo próprio Duda, foi, na verdade, pensado originalmente para outro cliente: a Ótica Ernesto, da Bahia. Finalmente assinado pela Gelol, marca então fabricada pela DM Farmacêutica, o comercial ganhou Leão de Bronze no Festival de Cannes. Em 1989, Duda vendeu a DM9 para Nizan Guanaes e Guga Valente.



"RODA BALEIRO"
da Proeme para Bala de leite Kid's (1978)

Composta e interpretada na versão original pelo cantor Renato Teixeira, acompanhado somente pelo seu violão, o jingle embalou o filme com crianças em volta de um baleiro, elaborado pela equipe de criação liderada por Enio Mainardi, na Proeme. Teixeira é um dos fundadores da produtora MCR, ao lado de Sérgio Mineiro e Sérgio Campanelli.

34ª

17 pontos

35ª

15 pontos

"TIO SUKITA"
da Carillo Pastore Euro RSCG para Sukita (1999)

Os encontros com a garota vizinha mexem com a imaginação do "tio" em situações que sustentam o slogan "Quem bebe Sukita não engole qualquer coisa". A campanha alçou ao estrelato o ator Roberto Arduin e a modelo Michelly Machri. Criação de Paulo de Almeida, com direção de criação de Cláudio Carillo. Produção da Cia. de Cinema, com direção de Rodolfo Vanni.

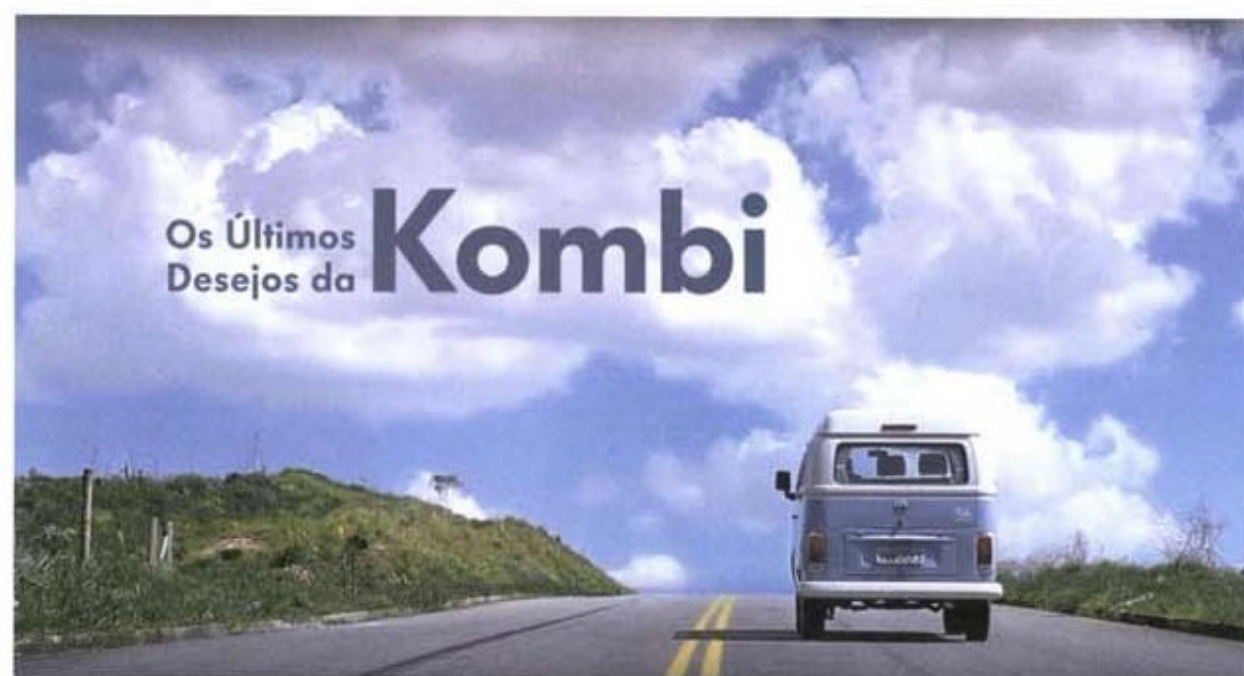


36ª

14 pontos

"OS ÚLTIMOS DESEJOS DE KOMBI"
da AlmapBBDO para Volkswagen (2014)

Após anunciar a aposentadoria do modelo no Brasil em 2013, a Volkswagen empreendeu diversas ações de despedida da perua. Um documentário mostra a nostalgia dos apaixonados pela marca e a realização do "último desejo" da Kombi: o reencontro com o filho de seu criador, na Holanda. Criação de Benjamin Yung Junior, Marcelo Tolentino, Marcelo Nogueira e Marcelo Pignatari Rosa, com direção de Andre Kassu e Marcos Medeiros. Produção da Spray Filmes, com direção de Fernando Grostein Andrade.



"100"
da F/Nazca S&S para Leica Gallery São Paulo (2014)

Um belo filme que homenageia não só o centenário da marca Leica que o assina, mas a história da fotografia, acabou conseguindo um feito inédito para a publicidade brasileira: o primeiro Grand Prix de Film para o País no Festival de Cannes, em 2015. Com criação de Bruno Oppido, Romero Cavalcanti, Thiago Carvalho e João Linneu, e direção de criação de Fabio Fernandes e Eduardo Lima, a peça de dois minutos foi produzida pela Stink, com direção de cena da dupla Jones+Tino e trilha da Satélite Áudio.

37ª

13 pontos

"FUJA DO MICO"
da Talent para Tigre (2000)

Com a conta atendida pela agência há 18 anos, marca vem renovando constantemente a sua comunicação, sempre com repercussão popular, desde que estreou o conceito "Fuja do mico", no início dos anos 2000. Curiosidade: o animal usado no comercial foi gravado em Hollywood e era o mesmo que apareceu na primeira temporada do seriado *Friends*, como bicho de estimação do personagem Ross. A manutenção do bom humor e da qualidade das campanhas se comprova com as séries e filmes mais recentes, como "Reunião de Condomínio", vencedor do prêmio Profissionais do Ano em 2014.

38ª

12 pontos



"LAZARONI"
da MPM para Fiat (1990)

Às vésperas da Copa de 1990, Sebastião Lazaroni aparece em Turim, na Itália, ameaçado de levar multa por estacionar em local proibido, diz ao guarda que é técnico da seleção brasileira e que o seu Uno é fabricado no Brasil e exportado para a Itália. O guarda responde: "Prazer, eu sou o papa". Criação de Gilberto dos Reis, Roberto Pereira, Vinicius Gagliardi e João Carlos de Souza Neto. Produção da 5.6, com direção de Vinicius Gagliardi.

39ª

11 pontos

"PÔNEIS MALDITOS"
da Lew'Lara\TBWA para Nissan (2011)

Em tom provocativo, o filme insinua que o motor da Nissan Frontier tem 172 cavalos e o dos concorrentes, apenas pôneis. Na internet propagou a "Maldição do Pônei", um vídeo que devia ser encaminhado a dez pessoas, sob risco de a musiquinha da campanha não sair mais da cabeça da pessoa. Criação de Max Geraldo e Cesar Herszkowicz. Produção da Corporação Fantástica, com direção de Marlon Klug e trilha da Satélite Áudio.

40ª

10 pontos

