



# Dia dos Pais: campanhas exaltam participação ativa

Natura, Bradesco, Submarino e outras  
marcas focam sua comunicação nas várias  
formas de paternidade



Diferente do Dia das Mães, o Dia dos Pais deste ano, celebrado no domingo, 9, acontece em um momento diferente do avanço da pandemia no Brasil. Atualmente, alguns estados e municípios já estão em fase de reabertura gradual. No entanto, a mensagem das campanhas contextualizam memórias criadas nos momentos juntos em casa e homenageiam pais nos cargos de saúde. Mas, acima de tudo, o mote das peças celebram o pai presente e participativo. Algumas até homenageiam como pai aqueles que ensinam valores.

A **Natura** elegeu nomes como Babu Santana, Henrique Fogaça, Rafael Zulu, Thammy Miranda e Família Quilombo para protagonizar suas peças para a campanha da data, criada pela DPZ&T. Seguindo o conceito #MeuPaiPresente, a campanha enfatiza a paternidade ativa, principalmente na desafiadora rotina que se estabeleceu durante quarentena, mostrando como esse intenso convívio pode fortalecer a relação entre pais e filho. A campanha é veiculada na TV e redes sociais.



***Clique na imagem e assista a campanha***

O **Bradesco** buscou mostrar como exemplos positivos e gestos de generosidade podem ser fatores importantes na criação. Criada pela Publicis, a campanha está nas redes sociais e será exibida na televisão no final de semana. Na edição deste ano da campanha, pais e filhos reais foram contratados para a gravação. O filme também conta com versões acessíveis para pessoas com deficiência auditiva e visual.

Emicida é o protagonista da campanha "Pais que #ChegamJunto", criada pela Artplan para **Submarino**. Nas peças para as redes sociais, o artista responde perguntas sobre paternidade em rimas, dá dicas de presentes e de como participar da rotina dos filhos e debate e como a estrutura da paternidade machista impacta negativamente a convivência com os filhos.

A **fintech ConsigaMais+** decidiu homenagear os pais que estão na linha de frente no combate ao coronavírus e contou com a participação do pai de uma colaboradora, que tem esse papel, para protagonizar as peças. O filme mostra interações entre a família e reflete sobre o papel de herói e humano do pai.



A **Sompo Seguros S.A**, empresa do Grupo Sompo Holdings, homenageia não só os pais, mas todos os parentes e amigos que ensinam valores. Para a marca, o significado de ser paterno é compartilhar experiências, sentimentos e emoções e contribuir com a formação das pessoas como cidadãos conscientes. A campanha foi criada pela REF+ e produzida pela Black Door Filmes. Ela é veiculada em TV aberta e redes sociais.

Aproveitando que algumas famílias estão fazendo reformas por conta própria durante a quarentena, a **Telha Norte** decidiu mostrar como uma relação entre pais e filhos podem ser cultivadas em momentos como esses. A comunicação foi desenvolvida pela Tech and Soul.

A campanha de Dia dos Pais do **Banco do Brasil** buscou retratar os novos hábitos familiares formados durante a pandemia, como aventuras culinárias, aulas online, videoconferências e outros. A campanha foi criada pela Lew'Lara\TBWA e é veiculada em canais de TV aberta e por assinatura.

A **Cerveja Original** decidiu participar da data comemorando a ligação entre pai e filho proveniente do samba. A marca convidou Arlindinho, filho de Arlindo Cruz, para homenagear o pai e todos os filhos do samba. Além das peças para as redes sociais, Arlindinho participará de uma live no domingo às 18h30 com outros filhos de sambistas denominada "Em nome do pai". A campanha foi criada pela SunsetDDB.

Fonte: Meio e Mensagem, 7 de agosto de 2020.



**[comercialonline.tv.br](http://comercialonline.tv.br)**