

Sinal de wi-fi desenhado no campo é ação de marca da HughesNet

Símbolo gigante desenhado em uma plantação de aveia em Piraí do Sul, no Paraná, marca comemoração de 2 anos do lançamento do serviço no Brasil

São Paulo, agosto de 2018 – A Hughes, líder mundial em telecomunicações via satélite, criou uma ação de branding para comemorar dois anos de lançamento no Brasil de sua unidade de negócios residenciais com o serviço HughesNet, internet banda larga via satélite, além da ampliação da área de cobertura com um novo satélite. A empresa desenhou um agrolifo com o símbolo do wi-fi em uma plantação de aveia em Piraí do Sul, no interior do Paraná. Agrolifos – também conhecidos como crop circles ou crop signs – são marcas desenhadas em plantações, e foram popularizados na Inglaterra na década de 1970. Muitas vezes, a origem desses desenhos é atribuída a causas sobrenaturais.

De acordo com Humberto Grote, diretor de Vendas e Marketing da Hughes do Brasil, o objetivo foi despertar a curiosidade das pessoas e, assim, chamar a atenção para as mensagens da ação. “A Hughes ampliará a cobertura de seu serviço de internet via satélite HughesNet para 90% da população brasileira, e nosso principal foco continua sendo a área rural. Para comemorar esse feito, surgiu a ideia do agrolifo. Apostamos no fator surpresa para impactar a população, e deu certo.”

Para realizar essa ação, a Hughes contratou a Catalunya Filmes, que ficou responsável por desenhar na plantação o símbolo do wi-fi e registrar a produção em um filme que será veiculado na internet. Para manter o mistério, o desenho foi feito durante a madrugada, entre segunda-feira (13) e terça-feira (14).

Para aumentar a repercussão da iniciativa, uma edição do jornal Folha do Campo, criado pela empresa especialmente para esta ação, foi enviada a

jornalistas e influenciadores apenas com a capa impressa e um ramo de aveia da plantação do desenho estava entre as páginas em branco dessa primeira versão.

“Quisemos gerar um mistério em torno do desenho enquanto filmávamos as cenas internas em uma locação na mesma fazenda. Além da versão impressa, criamos um site do jornal com mais informações, como o endereço da fazenda e comparação com outros agrolifos que já apareceram no Brasil”, explica Marcelo Juliato, gerente de Comunicação da Hughes.

Os jornalistas e influenciadores que receberam o jornal impresso iniciaram a discussão da ação de marketing, mas outra corrente passou a questionar a origem do desenho. “As pessoas começaram a divulgar uma foto nas redes sociais, aumentando o alcance da ação”, comenta Rodrigo Cavaliere, head de Marketing da Hughes. “Foi uma ação de engajamento que todos nós adoramos ter posto em prática.” A coordenação da campanha de comunicação com jornalistas e influenciadores foi feita pela agência RP1 Comunicação.

A criação do desenho na plantação foi um trabalho complexo que envolveu uma série de profissionais “Contratamos um topógrafo e conversamos com agrônomos para nos ajudarem a entender a dinâmica da plantação e a melhor forma de criar o desenho, e com um complicador: como fazê-lo durante a madrugada para que as pessoas não vissem a equipe trabalhando”, complementa Caio Bocuti, sócio e produtor executivo da Catalunya Filmes.

A revelação da origem do sinal de wi-fi no campo ocorreu no sábado (18), e contou com voo cativo de balão para permitir aos visitantes observar a figura do alto. Outro ponto importante foi a escolha do local. “A plantação utilizada para a ação é composta de uma aveia que prepara o solo para o futuro plantio. Dessa forma nenhum alimento foi desperdiçado nessa ação”, explica Bocuti.

Todo o conteúdo da ação, quando pronto, será disponibilizado no site: folhadocampo.com.br, que permanece atualizado com os releases para a imprensa, inclusive as fotos do evento e making-of.

Sobre a HUGHES

A Hughes Network Systems, LLC (Hughes) é líder mundial no fornecimento de banda larga via satélite e oferece tecnologias inovadoras de rede, serviços gerenciados e soluções empresariais e governamentais no mundo todo. A Hughes já entregou mais de 4,8 milhões de sistemas para clientes, em mais de cem países. O número representa cerca de 50% do mercado. Com sede em

Germantown, Maryland (EUA), a Hughes tem escritórios de vendas e suporte em todo o mundo e é uma subsidiária integral da EchoStar Corporation (Nasdaq: SATS). No Brasil, a empresa está presente desde 1968 e opera com serviços de telecomunicações via satélite desde 2003. A Hughes oferece soluções para diversas empresas, como operadoras, agronegócio, educação, governo, indústria e varejo. São 30 bases técnicas no País e um Centro de Operações de Rede em Barueri, SP. Para mais informações, acesse www.hughes.com.br.

Sobre a EchoStar

A EchoStar Corporation (Nasdaq: SATS) é uma provedora global de operações de satélite, soluções de TV digital e transmissão de conteúdo. Com sede em Englewood, Colorado (EUA), e com negócios em todo o mundo, a EchoStar é pioneira em tecnologias seguras de comunicação, por meio de suas unidades de negócios EchoStar, EchoStar Technologies Corporation e Hughes Network Systems. Para mais informações, acesse www.echostar.com. Siga [@EchoStar](https://twitter.com/EchoStar) no Twitter.

Informações para a imprensa – HUGHES

RP1 Comunicação

Diana Carvalho – dianacarvalho@rp1.com.br

Luciana Lima – lucianalima@rp1.com.br

Amanda Geroldo – amandageroldo@rp1.com.br

RP1 Comunicação

Tel.: 11 5501-4655 | 5102-4146

www.rp1.com.br