

Squad Coca Cola – um jeito novo de curtir a Copa do Mundo de Futebol como você nunca viu antes!

Durante os jogos de um dos maiores eventos esportivos do planeta, Coca Cola reúne cinco dos principais influencers do país e alguns convidados para comentar as partidas de um jeito novo e descontraído

Tudo pronto! Um dos maiores eventos esportivos do planeta, a Copa do Mundo de Futebol já foi vista de muitas maneiras, mas, este ano, a Coca Cola criou um jeito novo de se olhar para a competição.

Sempre presente na copa de uma forma global, a Coca Cola resolveu inovar: criou o "Squad Coca Cola", um time jovem que reúne cinco dos principais influenciadores digitais do país. Juntos, eles estarão comentando os jogos, dividindo suas reações com o público e dando um gás para torcida do país.

O "squad" é formado por Luba, Nah Cardoso, Lucas Rangel, Camila Loures e Kaio Oliveira. Para entender a representatividade do grupo junto à Geração Z, basta ver os números de seguidores reunidos em suas redes sociais: juntos, eles têm mais de 20,1 milhões de seguidores no Instagram e 21,2 milhões no YouTube, apenas para citar duas das principais redes sociais do mundo—números tão expressivos que são superiores às populações de mais da metade dos 32 países que estão disputando a copa.

Letícia Lima, Hugo Gloss, Thaynara OG e Fernanda Paes Leme completam o time

A "casa" do squad será montada na sede nacional da empresa, no Bairro de Botafogo, no Rio de Janeiro, onde o grupo irá receber convidados para comentar e assistir com eles as partidas. Para os jogos de abertura e encerramento da Copa, o "squad" contará com a presença de outro dos maiores influenciadores digitais do país, o colunista Hugo Gloss (11,7 milhões de seguidores no Insta e 300 mil no You Tube).

Também já estão confirmadas no estúdio a presença das atrizes Leticia Lima (dia 17/06), Fernanda Paes Leme (dia 22/6) e Isabella Santoni (dia 27/6), do *instagrammer* John Drops, do ator Rafael Vitti e da influencerThaynara OG, em datas a serem confirmadas

Para a Copa de 2018, a Coca Cola está também lançando a campanha “Tudo Pronto”, incentivando o torcedor a preparar suas casas e receber os amigos durante os jogos. Dentro da campanha, a empresa quer que os jovens recebam também o Squad Coca Cola, o time de comentaristas mais divertido e menos ortodoxo que já se montou para levar a competição a seu público, que poderá interagir em tempo real com seus ídolos virtuais, respondendo a perguntas e participando de enquetes e brincadeiras através das principais plataformas de comunicação da atualidade.

Conheça o "Squad Coca Cola"

Luba

Lucas Rossi Feuerschütte, mais conhecido como Luba, começou a fazer vídeos para o YouTube em 2010, quando a plataforma ainda estava ganhando popularidade no Brasil e surgiam por aqui os primeiros “vloggers”. Em oito anos de história na internet com o canal LubaTV, o influenciador - que cursou períodos de Psicologia e Publicidade & Propaganda - conquistou uma Turma, como carinhosamente chama os fãs, que hoje soma mais de 7 milhões de inscritos em seus dois canais no YouTube. Ganhou em 2016 o "Meus Prêmios Nick" na categoria Youtuber Masculino Favorito, e foi eleito a sexta personalidade mais influente entre youtubers, atores e apresentadores de TV brasileiros (Meio & Mensagem). No ano passado ganhou o Kids' Choice Awards. Criou a Lubafest, espetáculo com 1h30min de duração, que viajou por 44 cidades do país entre 2015 e 2017. Fundou o Amazing Project para ajudar principalmente crianças e adolescentes com problemas de saúde, seja através da arrecadação de doações ou da divulgação das causas.

Lucas Rangel

Lucas Rangel, um mineiro de Belo Horizonte, apaixonado pelas redes sociais, encontrou nos personagens de sua criação uma forma limpa, honesta, pura e sem piadas de duplo sentido, de se comunicar com seus seguidores. Utilizando os personagens, Lucas Rangel entra diariamente no cotidiano de todos seus seguidores (que vão dos 5 até os 80 anos), trazendo aquele humor verdadeiro para toda a família. Assim Lucas construiu seus personagens para o mundo digital e posteriormente materializou os mesmos para teatros das maiores cidades do Brasil. Lançou ainda um livro – O Sensacional Livro Antitédio de Lucas Rangel, que se tornou Best Seller. Com a chancela de "Top Creator" do YouTuber Brasil, possui centenas de projetos com marcas conhecidas nacionalmente e internacionalmente, além de co-produzir, dirigir e apresentar um programa de TV para a Disney (Rangel Cinema Ação).

Nah Cardoso

Nah Cardoso sempre teve um envolvimento natural com comunicação, com pessoas, com compartilhamento. Com as redes, Nah espontaneamente conquistou milhares de pessoas com seu carisma, com suas publicações sobre seu dia a dia através de textos e fotos. Com o surgimento de fãs, ela resolveu atender a demanda, criando novas redes e até seu canal no YouTube. Nah desenvolveu suas coleções de *cases* em 2016, em parceria com a Gocase, sendo a primeira influenciadora digital a ter sua coleção dentro da empresa. Devido ao seu grande engajamento como repórter durante uma ação no Rock in Rio 2015 com a Sempre Livre, tornou-se embaixadora da marca, participando ativamente de ações e campanhas durante o ano de 2016. Nah também foi escolhida para ser a primeira influenciadora-embaixadora para representar a BIC e seus lançamentos.

Camila Loures

Extravagância, espontaneidade e humor. Estas palavras definem a influenciadora Camila Loures, de 22 anos, que surfa com destaque entre as principais redes sociais. De forma divertida, em seu canal no YouTube, Camila conversa sobre diferentes conteúdos. Atualmente ocupa o terceiro lugar no ranking brasileiro de maior youtuber feminina do Brasil com a marca de 6 milhões de inscritos. Seus *stories* no Instagram batem a média de 300 mil views diários e a média de 100 mil *likes* em cada post feed.

Kaio Oliveira

Kaio Oliveira (26) mora hoje em Fortaleza-CE, mas é natural de Aracati-CE, onde tudo começou. O produtor audiovisual/ator/empresário é da primeira geração do YouTube e há quase 10 anos cria conteúdo para a internet. Em 2010 criou o canal "Xafurdaria", uma das marcas mais tradicionais do YouTube Brasil com quase 4 milhões de inscritos e 300 milhões de visualizações na plataforma. Somadas às demais redes sociais, Kaio tem hoje cerca de 11 milhões de espectadores e um público fiel que o acompanha desde o começo. O "Xafurdaria" foi um dos primeiros canais do Brasil a apresentar peças nos palcos teatrais do país, prática que hoje é um fenômeno do entretenimento.