

## CASE

# Coca-Cola Brasil

### Título do Caso:

Inteligência Artificial na campanha  
Feita com todo o Brasil

### Categoria:

Inovação com IA e Tecnologia

*Coca-Cola*  
Brasil

bananabr

1

## Nome da empresa proponente do caso

Coca-Cola Brasil

2

## Introdução – breve apresentação institucional da empresa proponente

A Coca-Cola Brasil está presente há mais de 80 anos no país, com um ecossistema que inclui 9 grupos fabricantes, mais de 570 mil empregos diretos e indiretos, 1 milhão de pontos de venda parceiros e 25 mil pequenos e médios agricultores em sua cadeia.

Mais que uma companhia de bebidas, a Coca-Cola é parte da vida dos brasileiros, integrando negócios, cultura, sustentabilidade e impacto social. Esse compromisso inclui também inovar de forma transparente e responsável, testando novas ferramentas e linguagens para se comunicar de maneira relevante com seus públicos.

3

## Nome e breve apresentação institucional da empresa referência do caso

**BananaBR** é uma agência de comunicação independente, com 15 anos de mercado, especializada em branding, comunicação integrada e live marketing. Tem como diferencial estratégico a busca por grandes ideias que transformam conexões em experiências marcantes, sempre com foco em emoção, impacto e relevância cultural.

**Kombat Filmes** é uma produtora audiovisual reconhecida pela excelência técnica e criatividade em narrativas visuais. Foi responsável pela execução das peças da campanha, garantindo qualidade cinematográfica e domínio no uso de novas tecnologias como a IA aplicada à fotografia.

4

## Nome, email e telefone da pessoa de contato

Nome: Rafael Schaeppi da Silva  
Email: [Rafael.silva@bananabr.com](mailto:Rafael.silva@bananabr.com)  
Telefone: (21) 99700-3539

5

## Título do caso

Feita com todo o Brasil – A inovação responsável com IA na comunicação institucional da Coca-Cola Brasil

6

## Categoria

Inovação com IA e Tecnologia

7

## Síntese do Caso

Em 2025, a Coca-Cola Brasil lançou a campanha Feita com todo o Brasil para reforçar seu papel estratégico no país, evidenciando sua relevância econômica, cultural e social. O objetivo era transformar números grandiosos — 1 milhão de pontos de venda, 570 mil empregos e 25 mil agricultores — em narrativas humanas que transmitissem verdade, orgulho e pertencimento.

A solução inédita foi usar inteligência artificial integrada à fotografia real. A técnica permitiu criar peças consistentes, escaláveis e impactantes, sem abrir mão da autenticidade dos personagens. A IA entrou como ferramenta de eficiência, mas sempre ancorada na verdade: os protagonistas eram pessoas reais da cadeia de valor da companhia.

O resultado foi uma campanha inovadora que usou tecnologia de ponta sem perder credibilidade, reforçando a imagem da Coca-Cola Brasil como empresa que inova de forma responsável e contribui para o desenvolvimento do país.

8

## Cenário

O Estudo **SEIS (Social Economic Impact Study)**, conduzido pela consultoria internacional Steward Redqueen, trouxe dados robustos sobre o impacto socioeconômico da Coca-Cola Brasil: mais de 1 milhão de pontos de venda parceiros, 570 mil empregos gerados e 25 mil agricultores familiares apoiados.

O desafio era claro: como transformar dados em histórias humanas e impactantes? Produções tradicionais exigiriam custos altos e logística complexa. Por outro lado, o uso da IA, ainda cercado de debates éticos, poderia ser alvo de críticas se não fosse conduzido com responsabilidade.

A resposta foi inovar com equilíbrio: unir fotografia real e inteligência artificial em um processo criativo e técnico que garantisse eficiência sem abrir mão da verdade.

## 9

## Soluções – Estratégias e Ações Implantadas

### Mote Criativo – “Feita com todo o Brasil”

O mote guiou a narrativa: a Coca-Cola não é apenas feita no país, mas com ele. Agricultores, comerciantes e colaboradores foram os protagonistas que deram rosto e voz ao impacto institucional.

### Base Fotográfica Autêntica

Cada personagem (Dona Antônia, Seu Ambrósio e Marcos) foi fotografado, assegurando respeito à identidade e autenticidade de suas histórias.

### IA como Ferramenta de Eficiência

A partir das fotos, a equipe desenvolveu prompts detalhados e refinados em múltiplas rodadas, garantindo consistência estética e visual. Esse processo substituiu produções complexas e caras, viabilizando escala e padronização sem abrir mão da credibilidade.

### Integração Criativa e Técnica

A BananaBR liderou o conceito estratégico, enquanto a Kombat Filmes executou a produção audiovisual, unindo craft cinematográfico e uso pioneiro da IA. Importante: a IA não criou personagens artificiais — apenas ampliou a representação dos protagonistas reais.

### Ética e Legitimidade

O uso da IA respeitou a veracidade e identidade de cada personagem. O processo foi transparente e responsável, mostrando que é possível adotar tecnologia de ponta sem comprometer a confiança.

### Desdobramentos Multicanais

Além das peças de OOH com impacto visual, a campanha trouxe versões digitais veiculadas em redes sociais, YouTube e veículos parceiros, ampliando o alcance da mensagem.



## Resultados

### Quantitativos

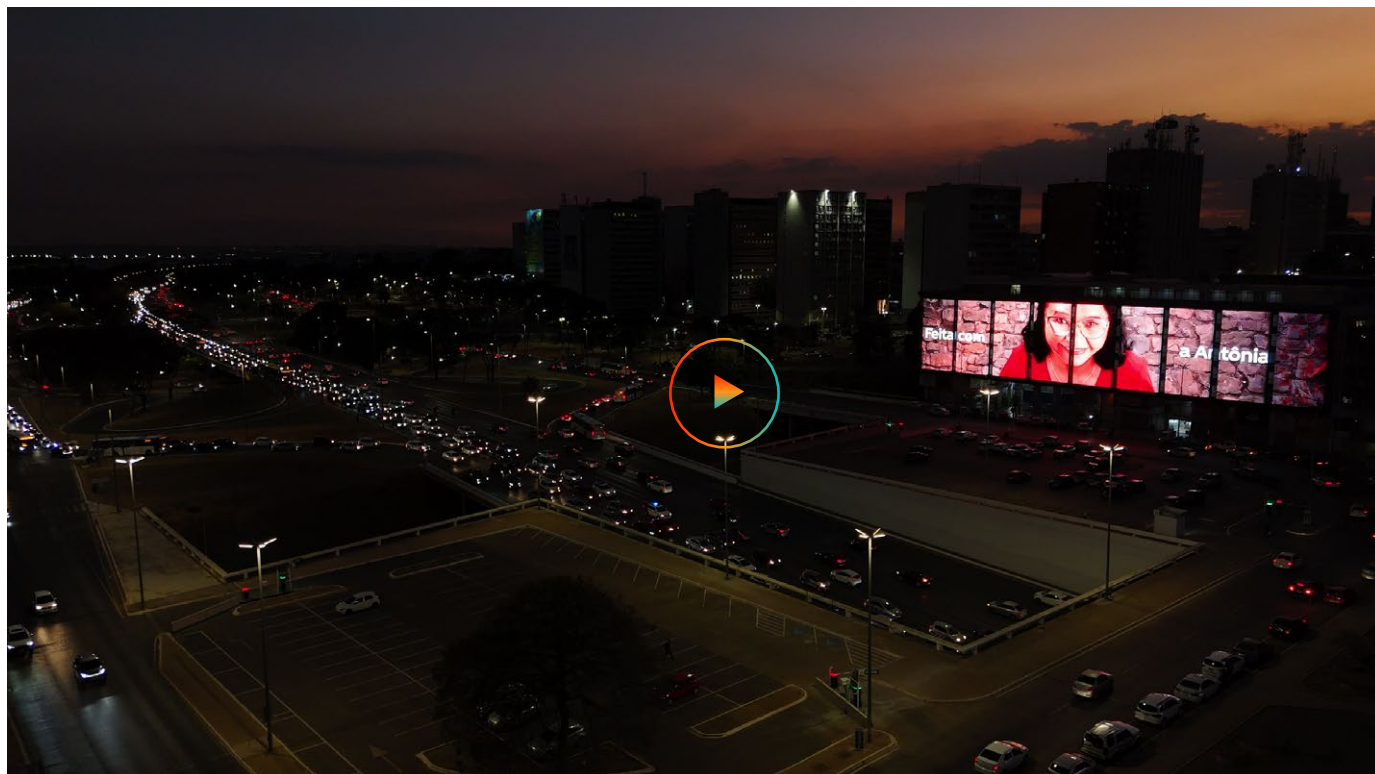
- **Exposição nacional em OOH físico:** presença em pontos de grande circulação em diferentes regiões do Brasil.
- **OOH digital e mídia parceira:** versões digitais e impressas veiculadas em portais de alta audiência e veículos parceiros.

### Qualitativos

- Reforço de legitimidade: consolidou a imagem da Coca-Cola Brasil como parceira do desenvolvimento socioeconômico.
- Referência em inovação: posicionou a companhia como exemplo de uso ético da IA em comunicação institucional.
- Camada de verdade: a voz dos personagens trouxe credibilidade e emoção, legitimando o discurso institucional.
- Execução consistente: qualidade estética e narrativa em todos os pontos de contato.

11

## Anexos – Exemplos de Peças e Conteúdos





11

## Anexos – Exemplos de Peças e Conteúdos

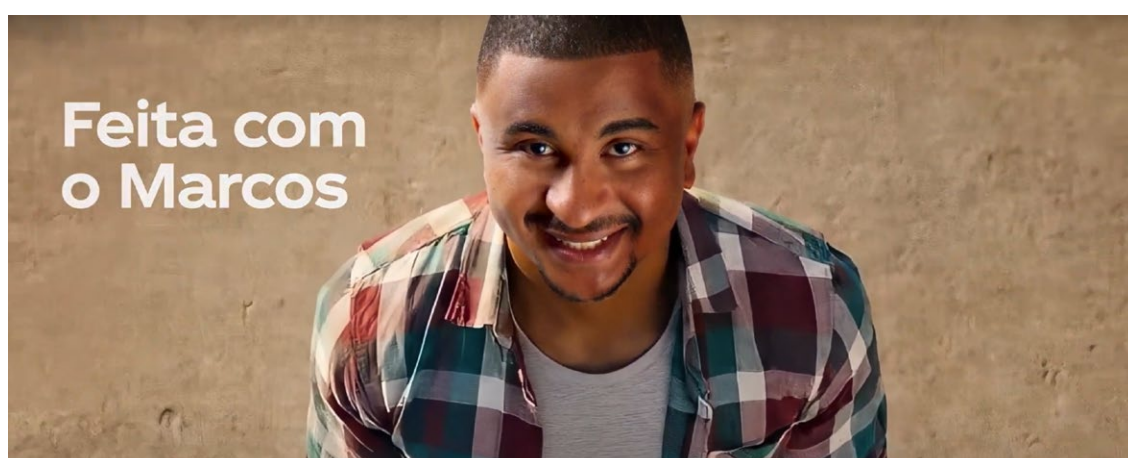
Exemplos de Ooh



[Assista aqui](#)



[Assista aqui](#)



[Assista aqui](#)

Anúncio no anuário da ABA (Associação Brasileira de Anunciantes)

Feita com  
Dona Antônia

e  
mais de

milhão  
de comércios  
no Brasil

O Sistema Coca-Cola Brasil é feito com a Dona Antônia  
e com mais de **1 milhão de comércios**, mercados  
e bares, espalhados por todo o país.

*Coca-Cola*  
Brasil

Feita com  
**todo** o Brasil

Saiba mais em [unidospelopais.com.br](http://unidospelopais.com.br)



Anúncio na revista Afirmativa Plural

Feita com  
o Marcos

e  
mais de

70  
mil  
trabalhadores  
brasileiros

O Sistema Coca-Cola Brasil é feito com o Marcos  
e com mais de **570 mil trabalhadores brasileiros**  
espalhados por todo o país.

*Coca-Cola*  
Brasil

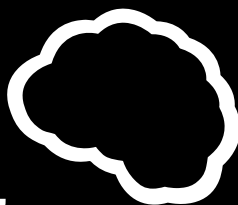
Feita com  
**todo** o Brasil

Saiba mais em [unidospelopais.com.br](http://unidospelopais.com.br)

*Coca-Cola*  
Brasil

bananabr

**PRÊMIO  
MARKETING  
CONTEMPORÂNEO**



*Coca-Cola*  
Brasil

**bananabr**