RUFANDO BOMB NEWS Notícias sem rodeios

Sexta-Feira, 13 de Novembro de 2026

Uma reflexão de 'Como Vender a Lua'

RÔMULO RAMPINI

Rômulo Rampini

Recentemente, assisti ao filme “Como Vender a Lua” na Apple TV, e a história me fez refletir profundamente sobre a essência do marketing e o poder de um conteúdo de valor. O filme traz uma narrativa encantadora sobre a audácia de transformar sonhos em realidade e como um propósito autêntico pode gerar um impacto duradouro.

Um dos elementos mais marcantes do filme é a criação do icônico Moonwatch, o relógio Seiko que simboliza o vínculo entre um ideal audacioso e uma estratégia criativa de marketing.

A proposta não era apenas vender um relógio, mas associá-lo ao sonho de explorar o desconhecido e conquistar a Lua. O Moonwatch tornou-se uma prova de como um produto pode transcender sua função e se tornar um símbolo de aspiração e inovação.

No marketing, a lição é clara: não se trata apenas de vender produtos ou serviços, mas de vender histórias, experiências e emoções que despertem conexões genuínas com as pessoas. Assim como a protagonista do filme que ousou vender algo intangível como a Lua, os profissionais de marketing precisam entender que um conteúdo valioso não se limita a promessas vazias, mas deve ser algo que inspire e resolva as dores do público.

Outro ponto importante destacado é a criatividade como diferencial competitivo. Em tempos em que todos os canais estão saturados de mensagens, é o conteúdo inovador e bem direcionado que conquista a atenção. Mais do que isso, é a capacidade de criar uma narrativa envolvente que transforma uma simples campanha em algo memorável.

Além disso, o filme reforça a importância da autenticidade. Em 2025, as pessoas estão cada vez mais seletivas e buscam marcas que se posicionem de forma verdadeira e coerente com seus valores. Isso significa que oferecer conteúdo de valor não é uma estratégia opcional, mas sim um requisito essencial para construir relacionamentos de confiança e relevância.

Por fim, uma das maiores lições do filme é que grandes ideias não surgem de forma aleatória. Elas nascem da ousadia de pensar diferente, acreditar naquilo que pode parecer impossível e investir em relacionamentos reais com o público. Assim como o Moonwatch se tornou um legado de inovação, o sucesso no marketing depende de histórias autênticas, dados bem utilizados e ações que emocionem e conectem.

Se você ainda não assistiu a “Como Vender a Lua”, recomendo fortemente que o faça. Além de ser um ótimo entretenimento, é uma fonte de insights sobre inovação, propósito e a arte de contar histórias.

Rômulo Rampini é especialista em marketing digital com 15 anos de experiência, consultor credenciado pelo SEBRAE MT e fundador da @tr3scomvc.