



SAMSUNG CONECTA ATRIZES DE FINA ESTAMPA EM MERCHANDISING

Ação criada pela Leo Burnett Tailor Made irá emendar o capítulo com um comercial em que as personagens Griselda e Tereza Cristina conversam por meio de um Galaxy S20



Exibida originalmente em 2011 pela Globo, a novela *Fina Estampa* voltou ao horário nobre nesse período de pandemia por conta das medidas de distanciamento social, que obrigaram a Globo a interromper as gravações dos capítulos inéditos de novelas. Ainda que o conteúdo dos capítulos já seja conhecido por quem acompanhou a trama há alguns anos, os espectadores verão uma cena inédita na noite desta segunda-feira, 3.

Em uma ação de merchandising desenvolvida junto à Samsung e a Leo Burnett Tailor Made, as atrizes Lilia Cabral (intérprete da heroína Griselda) e Christiane Torloni (que deu vida à vilã Tereza Cristina) irão conversar e relembrar dos tempos da novela por meio do smartphone Galaxy S20.

Assim que o intervalo comercial da trama começar, o break mostrará as atrizes, cada uma de sua casa, relebrando os tempos em que suas personagens se odiavam na trama de Aguinaldo Silva. A ideia da ação partiu da Leo Burnett Tailor Made, agência de publicidade de Samsung, e da marca. “Apesar de não ser uma novela inédita, *Fina Estampa* tem gerado engajamento do público. O fato de Tereza Cristina e Griselda serem personagens icônicas gera um sentimento nostálgico e, conseqüentemente, possibilidades muito interessantes de ações”, comenta Giuliano Carneiro, gerente de marketing da divisão de dispositivos móveis da Samsung Brasil.

Para o desenvolvimento da ação, tanto a Globo quanto a marca e a agência tiveram de rever os modelos de gravação, para atender às atuais exigências de distanciamento social. Cada uma das atrizes recebeu os equipamentos para gravar as cenas em suas casas e todo o processo de edição e finalização foi realizado de forma remota. “Estamos passando por um período atípico, que nos obriga a criar novas alternativas e ter um olhar ainda mais assertivo ao elaborarmos ações de comunicação, escolhendo detalhadamente as plataformas e tipos de linguagem”, comenta Giuliano.

Esta será a segunda vez que a Samsung participa do conteúdo de uma novela da Globo. Em 2019, a marca esteve presente em uma ação de *A Dona do Pedaço*, feita em conjunto com a Casas Bahia. Na sequência, o personagem Rock (vivido pelo ator Caio Castro) entrava na loja e interagia com o garoto-propaganda da rede varejista, Fabiano Augusto, que lhe mostrava as ofertas de smartphones da Samsung.

Para a Globo, a possibilidade de inserir uma ação de merchandising em uma novela reprisada é uma demonstração da adaptação que a área comercial, assim como todas as demais divisões da emissora, tiveram que fazer para dar continuidade às atividades nesse período de pandemia. “Temos ouvido as demandas de nossos parceiros comerciais para o desenvolvimento de projetos e ações capazes de levar suas mensagens aos consumidores com maior destaque. A ação nos trouxe, como desafio adicional, as restrições impostas pela pandemia do coronavírus para manter em segurança todos os envolvidos. E foi possível de ser realizada graças ao apoio essencial da equipe de produção dos Estúdios Globo”, comenta Eduardo Becker, diretor de soluções integradas de negócios em conteúdo da emissora.

Após a exibição no intervalo comercial no capítulo desta segunda-feira, 3, o comercial com as duas atrizes também será exibido outras duas vezes na Globo nas praças de São Paulo e do Rio de Janeiro.

Fonte: Meio e Mensagem, 3 de agosto de 2020.



comercialonline.tv.br