

Zezé Di Camargo e Luciano lideram ranking de celebridades em publicidade na TV aberta em 2017

Dupla sertaneja apareceu em média 15 vezes ao dia na televisão no ano passado, à frente do craque Neymar, e do ator Bruno Gagliasso e de Gisele Bündchen.



Por Luiz Guilherme Gerbelli, G1
20/04/2018 07h00 · Atualizado há 2 horas

Qual é a cara da publicidade brasileira? Se você pensou no craque Neymar ou na ruiva Marina Ruy Barbosa, errou feio. É uma dupla sertaneja que lidera as aparições nas campanhas de TV. E nada de Simone e Simaria ou algum novo nome que entrou nas paradas. Os veteranos Zezé Di Camargo e Luciano estão no topo do ranking de celebridades que mais apareceram em campanhas de TV em 2017.

A dupla apareceu em média 15 vezes ao dia em campanhas de televisão, de acordo com levantamento realizado pela Kantar Ibope Media e divulgado nesta semana. Em 2017, eles contabilizaram 5.587 aparições e ficaram na frente do ator José Loreto e do jogador de futebol Neymar, de acordo com a Kantar, que fez o estudo pela primeira vez.

Veja as celebridades com mais aparições:

1. Zezé Di Camargo e Luciano (5.587)
2. José Loreto (4.760)
3. Neymar (2.022)
4. Fábio Porchat (1.834)
5. Bruno Gagliasso (1.455)
6. Ana Maria Braga (1.371)
7. Gisele Bündchen (1.286)
8. Luciano Huck (1.247)
9. Celso Portiolli (1.230)
10. Giovanna Antonelli (1.175)



Zezé di Camargo e Luciano se apresentam em Praia Grande (Foto: Divulgação/Prefeitura de Praia Grande)

Em entrevista ao **G1**, Zezé di Camargo diz que a dupla é "especialista" em vender bens duráveis, como eletrodomésticos.

"O público que normalmente a gente atinge é o jovem, a família que está montando uma casa. É para esse público que a gente fala", diz o cantor Zezé Di Camargo.

"Não sei se vou ser tão bom em vender uma Coca-Cola ou um chiclete para adolescente. Mas no setor de bem duráveis somos nós que conseguimos vender."

Em São Paulo, a dupla sertaneja é garota-propaganda de diversas empresas. Na lista, por exemplo, estão a loja de móveis Marabraz e a rede de cama, mesa e banho VestCasa. Eventualmente, os dois se separam. Zezé aparece sozinho nas campanhas da empresa de material de construção Joli.

"Em média de 10 propostas de publicidade que chegam, nós fechamos com uma empresa", afirma Zezé. "Somos seletivos. Não anunciamos para duas empresas do mesmo segmento."





O Grupo Marabraz tem mais de 100 lojas só no Estado de São Paulo (Foto: BBC Brasil)

A presença da dupla sertaneja é altamente requisitada pelas companhias porque ajuda as marcas a criar uma conexão com as classes C, D e E. Essa parcela da população passa um tempo expressivo em frente à televisão e, portanto, faz sentido buscar uma celebridade com apelo publicitário para esse público em campanhas de TV.

"A televisão tem uma penetração elevada nessas classes", afirma Rodney Nascimento, professor de publicidade e propaganda da ESPM. "Essas personalidades que lideram o ranking acabam inspirando o público. São pessoas que tiveram crescimento financeiro e cultural, por exemplo."

Potencial de consumo

O foco das empresas nas classes sociais mais baixas é estratégico. As classes C, D e E somam 165 milhões de brasileiros e movimentam R\$ 1,7 trilhão, segundo levantamento feito pelo Locomotiva Instituto de Pesquisa.

"Nesse processo de retomada do crescimento econômico faz todo o sentido para as marcas falar com essas classes. Elas são a maioria do mercado", afirmou o sócio e presidente do **Instituto Locomotiva**, Renato Meirelles.

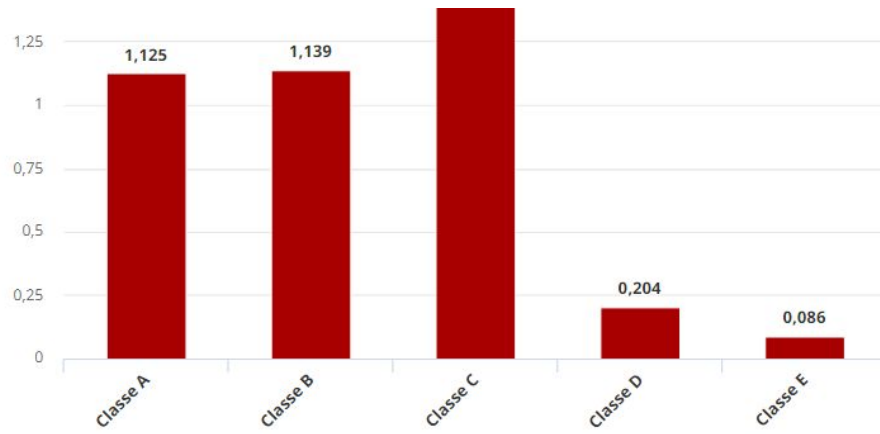
"São essas classes (C, D e E) que vão voltar a comprar computador, celular."

No período da crise, as classes C, D e E sofreram mais porque perderam parte das conquistas alcançadas no período de forte crescimento econômico, segundo Meirelles. "Foi a primeira crise de uma geração." Hoje, planejam retomar o padrão de consumo pelo esforço próprio. "O modelo de sucesso é o vizinho que deu certo", diz.

Movimentação de renda por classes

Dados em trilhões de R\$





Fonte: Locomotiva Instituto de Pesquisa

ZEZÉ DI CAMARGO

Imprimir