



NEW ICONIC KISSES

BEIJOS ICÔNICOS

COMO UMA CAMPANHA DE INFLUENCIADORES DE REDES SOCIAIS AUMENTOU A CONSCIENTIZAÇÃO DE UM FILME PUBLICITÁRIO PARA PROMOVER O MÊS DO ORGULHO LGBTQIA+

*FleishmanHillard Brasil para o Mercado Livre (Líder em tecnologia para e-commerce e serviços financeiros na América Latina)
Orçamento Total: R\$ 706.000,00 (R\$ 166.054,50 para influenciadores digitais; R\$ 44.391,00 para ilustradores e R\$ 495.590 para projeção ao ar livre na Avenida Paulista)
US\$ 118.000 (moeda equivalente)*

OVERVIEW/DESAFIO

Líder em tecnologia para e-commerce e serviços financeiros na América Latina, o Mercado Livre acredita que a diversidade é a semente da inovação: ser diverso e inclusivo é um diferencial competitivo que contribui para projetar experiências mais próximas das expectativas de cada consumidor. Para dar vida a essa crença, a empresa possui uma política interna de valorização da diversidade, além de apoiar eventos e ações relacionadas ao público LGBTQIA+, como a Parada Gay de São Paulo.

No mês do Orgulho LGBTQIA+, em 2021, o Mercado Livre lançou a campanha Novos Beijos Icônicos para democratizar o beijo de casais de todos os tipos. A campanha, criada pela agência GUT, é baseada em uma variedade de imagens de beijos inspirados na cultura pop e convida a comunidade a divulgar e normalizar #BeijosIcônicos de diversos casais. A campanha começou no dia 6 de junho durante o Parada Gay São Paulo Online e foi veiculada nas mídias sociais e OOH durante todo o mês.

A ideia era reforçar que todos devem ser livres para expressar seu carinho em um mundo mais representativo, incentivando a sociedade a ver o quão icônicos os beijos LGBTQIA+ podem ser. Afinal, o objetivo principal era mudar o status quo nos buscadores quando as pessoas pesquisam por “Beijos Icônicos”. Em vez de mostrar apenas casais heterossexuais, o resultado deve ser uma variedade de expressões representando todas as diversas formas de amor que existem.

Para ajudar a gerar renda para a comunidade LGBTQIA+, o Mercado Livre também disponibilizou as fotos icônicas para download sem restrições. A empresa doou R\$ 1 (US\$ 6) para a Casa 1 – instituição LGBTQIA+ – a cada download.

O desafio da FleishmanHillard era aumentar a visibilidade e a repercussão da campanha, principalmente na imprensa e nas redes sociais.

Objetivos:

- Aumentar o reconhecimento da campanha Novos Beijos Icônicos nas mídias sociais e ir além.
- Gerar conversas sobre o filme publicitário e incentivar a normalização de beijos diversos.
- Contribuir para a mudança dos resultados dos buscadores para o termo “Beijos Icônicos”, incluindo diversos casais entre as imagens encontradas

CONCEITO DE CAUSA, INSIGHTS E ESTRATÉGIA

Se conectando com membros da comunidade LGBTQIA+

Para aumentar a visibilidade do Mercado Livre como uma empresa que apoia a diversidade, alavancando a campanha Novos Beijos Icônicos, a FleishmanHillard Brasil desenvolveu uma estratégia de comunicação de cauda longa on e offline. Na internet, contratando ilustradores digitais, além de micro e médios influenciadores – que fazem parte da comunidade LGBTQIA+ – para reverberar o tema do filme publicitário, durante todo o mês do Orgulho Gay.

Primeiro, a FleishmanHillard Brasil escolheu cuidadosamente 14 ilustradores para reinterpretar as cenas de beijo do filme. Cada um deles escolheu uma filmagem e fez seu próprio desenho, publicando a arte em suas respectivas redes sociais. Além disso, 12 casais da comunidade LGBTQIA+ foram contratados para reproduzir os beijos do filme e postar a foto em seus perfis. Essas ativações geraram muito buzz e engajamento nas redes dos influenciadores e nos perfis sociais do Mercado Livre.

A FleishmanHillard Brasil também gerenciou a produção de conteúdo para executivos do Mercado Livre no LinkedIn sobre a iniciativa, reforçando a mensagem de que diversidade e inclusão são extremamente importantes para a marca.

O filme publicitário foi lançado na TV e na internet no dia 6 de junho. As ações nas redes sociais aconteceram nas três semanas seguintes, com um calendário rigoroso de publicações, para manter o tema ativo nas redes ao longo do mês.

Para fechar o trabalho com "chave de ouro", a FleishmanHillard Brasil promoveu uma ação de PR Stunt no dia 28 de junho - Dia do Orgulho Gay - com projeção ao ar livre das ilustrações dos Novos Beijos Icônicos na fachada de um prédio em plena Avenida Paulista, na capital paulista. O evento chamou a atenção do público presente e contou com a presença de ilustradores e influenciadores que participaram da campanha, gerando muita emoção e alto engajamento com a marca Mercado Livre.

EXECUÇÃO

ILUSTRADORES E INFLUENCIADORES

A FleishmanHillard Brasil convidou 12 casais influenciadores digitais para reimaginar a icônica campanha de beijos e se fotografar, incentivando seus seguidores a participar do movimento ao longo do mês. Os 14 ilustradores LGBTQIA+ também foram convidados a revisitar os beijos da campanha usando seus estilos únicos e com base em suas próprias experiências. Todos os influenciadores se tornaram influentes por trás de suas próprias plataformas de mídia social. A maioria dos ilustradores são micro-influenciadores com menos de 30.000 seguidores. E os influenciadores digitais têm seguidores de 50.000 a 816.000. Não havia atores, esportistas ou estrelas de reality shows.

Link: Fotografias com releituras dos beijos feitas pelos influenciadores convidados:
https://drive.google.com/drive/folders/1SSg2_0tchUt68NDQhUhFHS51XzdlMIs_?usp=sharing

Link: Trabalhos feitos pelos ilustradores convidados:
<https://drive.google.com/drive/folders/1zMzyjqGMmSwd5UHYETBO0ltJLNhgUjyq?usp=sharing>

EXPOSIÇÃO A CÉU ABERTO NA AVENIDA PAULISTA/ PROJEÇÃO

Todo o trabalho de produção da projeção a céu aberto na Avenida Paulista foi realizado pela FleishmanHillard Brasil, desde o início, escolhendo fornecedores especializados, responsáveis pelo orçamento, equipamentos, equipe técnica, licenças e autorizações, já que o evento ocupou um espaço público, com ampla visibilidade.

RESULTADOS

IMPRENSA + SOCIAL MEDIA + DOWNLOADS + DOAÇÃO + FERRAMENTAS DE BUSCAS

Alcançamos grande repercussão nos veículos Tier 1 e também na mídia local em todo o Brasil, além de consolidar o Mercado Livre como uma marca inclusiva não apenas entre a comunidade LGBTQIA+, mas também fora do nicho. As ações com influenciadores digitais e a projeção dos Novos Beijos Icônicos na Avenida Paulista tiveram um impacto altamente positivo, com comentários e reações emocionadas. O resultado de imprensa foi 9 vezes superior ao que o Mercado Livre teve com a campanha Pride em 2020, incluindo repercussão em publicações internacionais.

77 matérias orgânicas, sendo 33 em veículos Tier 1, 100% positivas;
4,5 milhões de audiência total nas redes sociais
382.000 curtidas
15.000 visualizações nas postagens do LinkedIn
140.000 fotos baixadas
US\$ 34.000 doados para instituições LGBTQIA+

E o melhor: a repercussão nas redes sociais com o buzz criado pelos influenciadores e ilustradores contribuiu para impactar os buscadores e casais diversos começaram a se configurar nos resultados da busca por “Beijos Icônicos”.

Ficha técnica das pessoas que trabalharam no projeto

Agência: FleishmanHillard Brasil
Cliente: Mercado Livre
Título: Novos Beijos Icônicos
Ação: Exposição a céu aberto - Projeção na Avenida Paulista - Novos Beijos Icônicos
Território: São Paulo, Brasil
Diretor Geral: Alessandro Martineli
Creatives: Isabela Videira e Lucas Nascimento
Direção: Daniela Farina
Gerência: Manuela Minns
Produção: Lucia Meneghini
Projeção: Maze + VisualFarm
Diretor Criativo: Bruno Junqueira
Gerente de Operações: Bruno Micheloni
Atendimento / Produção: Luana Queiroz
Assistente de Produção: Giovanna França
Light Designer: Douglas Marques
Cinegrafista: Ariel Bernardino
VFX/3D: Lucas Rizzoli
VFX/motion: Jazmin Vilera
VFX/MOTION: Flávio De Cesare
VFX/3D: Rafael Almeida
Operador de Laser: Joao Severino
Cinegrafista: Anderson Rainone
Visual Farm
Produção Executiva: Eduardo Messias
Operador Técnico: Sérgio Cordova
Técnico de Projeção: Willian Souza
Aprovações Mercado Livre: Thais Nicolau, Priscilla Naglieri, Juliana Monteiro, Nathalia Cavalcante Teixeira e Marcela Gimenez
Ilustradores:
Alexandre Barbosa @ilustraleb;
André Inácio @desinho_x;
Caio Yo @caioyo;
Eduardo Gomes @eduardissimo;
Ellie Irineu @ellie.irineu;
Felipe Santos @liipeart;
Gabi Milanelli @artofgabi;
Laerttes @laerttes;
Luiza Lemos @luizalemos39;
Lune @lunecornio;
Roh @roh_orc;
Rodrigo Falco @rodrigofalco;
Yuri Amaral @yuamaral;
Welton Ferreira @wellstudio.design.

Agência: GUT São Paulo
Anunciante: Ebazar
Produto: Mercado Livre

Título: Novos Beijos Icônicos

Duração: 1x2'30, 1x60", 1x

Território: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, México, Uruguay

CCO & Partner: Joaquín Cubria

ECD: Bruno Brux

Creative Directors: Linus Oura e Tiago Abreu

Creatives: Julia Mota, Lucas Adam, Mellina Fontoura, Paula Perego

Global CSO: Fernando Ribeiro

Managing Director: Valéria Barone

Regional Account Director: Natalia Noya

Account Director: Raphaela Guillen

Account Executive: Mateus Carvalho

Head of Strategy: Amanda Agostini

Strategy Director: Diana Lopes

Strategy: Amora Marzulo, Bárbara Reis

Social Strategy Director: Douglas Coelho

Social Strategy: Bruce Vital

Head of Media & Data: Guilherme Cavalcante

Media: Douglas Silveira, Laura Cardeal, Jayane Lopes

Head of Production: Mariane Goebel

Senior Producer: Thaís Schroder

Producer: Luciane Nuvolar

Produtora: Saigon Filmes

Diretor: Vellas

Produtor Executivo: Marcelo Altschuler, Carol Pessini

Atendimento: Fernanda Gomes, Rafael Costa, Karin Diniz

Coordenação de produção: Katiucia Soares, Jucilene Almeida, Haiane Basilio

Diretor de fotografia: Pierre Kerchove

Diretor de Arte: Guilherme Marini

Assistente de Direção: Flavio Lanfredi, Luciana Camargo

Diretor de produção: Reinaldo Faria

Figurinista: Giovanna Moretto

Produtora de Casting: Flavia Coccozza

Produtor de Locação: Kleber Pereira

Produtor (a) de Objetos: Manu Tossi, Sergio Heineck

Montador: Rami D'Aguiar

Finalizador: Fabio Abreu

Coordenação de Pós-produção: Virgini Fares

Cor: Bleach Filmes - Sergio Pasqualino

Finalizadora: NASH Production

Motion designer: Breithner Monteiro

Produção de Som: LOUD +

Direção musical: Gustavo Garbato

Atendimento: Karina Amabile, Priscila Miranda, Jin Park

Produção: Fabio Smeili, Bernardo Massot, Henrique Guimarães, Hugo Mariutti, Rafael Kabelo, Rodrigo Scarcello

Finalizadores: Pedro Cortez, Ricardo Bertran, Luca Fasano, Eduardo Barbosa, André Gianini e Mauricio Canezin

Produção executiva: Maia Feres

Coordenação: Ingrid Mabelle, Paloma Sol, Lara Frucatelli e Rafael Silvestrini

Fotógrafo: Rodrigo Maltchique

Digitech: Magu Marioto

Assistente: Gustavo Uehara

Retoque: Alt Retouch

Aprovação do cliente: Louise Mckerrow, Thais Nicolau, Nathalia Cavalcante Teixeira, Marcela Gimenez