

NOTA DE IMPRENSA

#MenoBisbilhoticeMaisPolvo

Pescanova lança uma nova campanha do polvo cozido no seu próprio molho

- Com esta nova campanha, que joga com o argumento da bisbilhotice como fio condutor, a Pescanova quer dar a conhecer o seu polvo cozido no seu próprio molho, continuando assim com a sua entrada no segmento dos produtos do mar refrigerados, e levando o sabor tradicional das Mestras Cozedoras de Polvo da Galiza à mesa do consumidor.
- Carvalhinho foi o cenário escolhido para desenvolver a nova campanha por ser considerado o local onde é cozido o melhor polvo do mundo.

Vigo, 3 de agosto de 2017. 87% da população espanhola acham que os espanhóis gostam muito ou bastante de mexerica, mas apenas um em cada cinco considera-se mexeriqueiro. Esta é a principal conclusão do “I Estudio sobre a bisbilhotice em Espanha”, realizado pelo Grupo Nueva Pescanova entre mil pessoas com motivo do lançamento da sua nova campanha de publicidade.

A Nueva Pescanova utiliza a bisbilhotice como fio argumental para o lançamento do seu novo produto, o polvo cozido no seu próprio molho, e faz isso de forma divertida, vinculando mais uma vez uma campanha publicitária com uma tendência que gera conversa e debate entre a audiência a que se dirige, como já fizera no passado mês de junho com o lançamento do Dippee de Camarões Grandes e as notícias falsas ou *fake news*.

Desta vez, criou como personagem protagonista da campanha uma COZEDORA DE POLVO, que pedirá, através de diversos spots emitidos em redes sociais a partir de hoje, que as pessoas deixem de realizar bisbilhotices malignas. A campanha foi gravada no Carvalhinho (Ourense), com grande fama por se considerar como o local em que é cozido o melhor polvo do mundo e onde foi criada a receita original do polvo à feira ou polvo à galega. A senhora faz calar as bisbilhotices nos diversos anúncios sob o slogan “No Carvalhinho é cozido o melhor polvo do mundo. E ponto.” E o hashtag #MenosBisbilhoticeMaisPolvo.

A tradição de cozedura de polvo no Carvalhinho remonta ao século XII no Mosteiro de Santa Maria de Oseira, onde o pagamento dos tributos à Igreja, também conhecido como dízimo, além de em dinheiro,



era realizado em espécies como o polvo, sendo tão grandes as quantidades deste produto que recebiam os monges que se decidiu distribuir entre os habitantes do Carvalhinho, nascendo assim a receita do famoso polvo à feira e o ofício das cozedoras de polvo. É por isso que Carvalhinho é conhecido como o local onde é cozido o melhor polvo do mundo, e daí a sua reconhecida Festa do Polvo, considerada de interesse turístico espanhol e que neste ano é realizado no dia 13 de agosto.

A campanha da Pescanova “Algo cozinha-se no Carvalhinho” pretende fazer calar as bisbilhotices insanas que circulam pelas vilas, cidades, televisão, imprensa ou redes sociais, através da figura da mulher que coze o polvo, que representa uma tradição que foi transmitida dos pais aos filhos durante mais de 100 anos, para além da seriedade que implica a arte de conseguir a cozedura perfeita do polvo. O papel da cozedora de polvo na campanha é representado por uma vizinha da vila, como também o resto dos personagens que aparecem nos spots.

Com a nova gama de polvo cozido no seu próprio molho pronto para servir, e fiel ao seu ADN empresarial, o Grupo Nueva Pescanova continua a inovar para levar o melhor dos produtos do mar à mesa do consumidor. Desta vez, os consumidores podem desfrutar de um saboroso prato de polvo, com o sabor tradicional do famoso polvo do Carvalhinho como se o acabasse de cozer uma Mestra Cozedora de Polvo galega. A gama de polvo cozido no seu molho da Pescanova é apresentada em duas variedades: nacos de polvo e perna de polvo inteira.

Para ver a campanha, clique em:

-Spot Salão de Penteado: <https://youtu.be/fJ0AEVjQid8>

-Spot Bar: <https://youtu.be/j2455tSUnsY>

-Spot Sapataria: <https://youtu.be/XeerZ6wBOKE>

I Estudo sobre a Bisbilhotice em Espanha

De acordo com os resultados do inquérito realizado a mil pessoas de todas as comunidades autónomas de Espanha para conhecer o nível deste comportamento, 87% afirma que os espanhóis gostam muito ou bastante de mexericar, mas apenas uma em cada cinco pessoas considera-se a si própria mexeriqueira.

É especialmente chamativo no caso dos jovens, grupo em que a percentagem se situa por cima da média, dado que 32% declara que anda habitualmente a bisbilhotar.

No que diz respeito às preferências sobre os temas a que os espanhóis dedicam mais tempo nas suas bisbilhotices, os participantes no inquérito asseguram que os espanhóis gostam mais de bisbilhotar sobre pessoas que conhecemos (amigos, conhecidos, colegas de trabalho ou familiares) que sobre pessoas alheias ao nosso círculo habitual (famosos, políticos, etc.).



À luz das respostas, foi possível verificar que os espanhóis também consideram bisbilhoteiros os cidadãos de outros países. Os espanhóis veem portugueses, italianos e franceses tão interessados pelas bisbilhotices como eles próprios, e opinam que os ingleses e os alemães são mesmo mais mexeriqueiros do que os espanhóis, segundo afirma 32% e 35% dos participantes no inquérito, respetivamente.

Deve destacar-se que apenas 5% das bisbilhotices são de carácter malicioso, ainda que o impacto que tem socialmente é muito negativo. Há mexeriquices mal-intencionadas que têm a capacidade de danificar de maneira grave as pessoas alvo das críticas, dado que é construída às suas costas uma imagem negativa – e com certeza não real – dos mesmos, sem a oportunidade de se defenderem. Este tipo de bisbilhotices encontrou no anonimato das redes sociais um caldo de cultura idóneo, segundo a maior parte das opiniões.

Sobre o Grupo Nueva Pescanova

O Grupo Nueva Pescanova é uma multinacional galega líder do setor especializado na captura, cultura, produção e comercialização de produtos do mar. Fundada em 1960, dá emprego a mais de 12.000 pessoas e opera em 27 países de 4 continentes. A Pescanova comercializa os seus produtos em 80 países dos cinco continentes.