



## **Duas faces da publicidade: campanhas sociais e mercadológicas<sup>1</sup>**

Ana Marusia Pinheiro Lima MENEGUIN<sup>2</sup>

### **EDITORA**

#### **Annablume Editora**

Rua M.M.D.C, 217

Butantã - CEP 05510-021 - São Paulo – SP – Brasil

Tel. 11 3812-6764 e 11 3814-2776 - <http://www.annablume.com.br/>

### **RESUMO**

Qual o poder da publicidade? Por que as mesmas pessoas que se deixam seduzir por um anúncio comercial tendem a ignorar ou resistir quando o assunto é mudança de comportamento? “Duas faces da Publicidade” traz uma análise profunda e inédita das campanhas sociais, comparando-as aos esforços de venda e promoção de marca, de caráter mercadológico. Partindo do discurso publicitário, busca identificar, nos anúncios de utilidade pública, o que possa comprometer sua eficácia simbólica. A publicidade relacionada ao automóvel é a chave da análise, ao focar tanto a conquista (do espaço, do tempo, da posição social – desejos que podem ser estendidos a todo o conjunto de produtos anunciados), quanto a manutenção (da segurança no trânsito – em prol da vida, da coletividade, também presentes em outras campanhas sociais).

14x21cm, 114p. R\$ 24,00

### **PALAVRAS-CHAVE**

Publicidade; Propaganda; Análise do Discurso; Psicologia Social; Automóvel.

---

<sup>1</sup> Publicação lançada no Publicom – VI Encontro com Autores/Editores de Publicações Recentes sobre Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Ana Marusia Pinheiro Lima Meneguín é mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília-UnB. É analista da Câmara dos Deputados.



**FOTO**

