



Pró-sangue. Nascer. Renascer¹

Wilson Roberto Ferrari Jr²
Maria Aparecida da Silva Matuck³
Escola Superior de Propaganda e Marketing

APRESENTAÇÃO

Anúncio de página dupla, com duas imagens, centralizadas uma em cada página. A primeira imagem é a de um espermatozóide e a segunda de uma bolsa de sangue. Logo abaixo das imagens, há duas palavras: nascer e renascer. No rodapé da página do lado ímpar, encontra-se um pequeno texto com quatro frases e o logotipo da entidade que assina o anúncio: a fundação Pró-Sangue. Hemocentro de São Paulo.

2 OBJETIVOS

Aumentar o número de doadores de sangue nos hemocentros da cidade de São Paulo, mostrando a importância desse procedimento para garantir a vida de milhares de pessoas.

3 JUSTIFICATIVA

Para mostra a importância da doação de sangue a peça lança mão da semelhança sonora entre as palavras nascer e renascer e mostra que do mesmo jeito que o espermatozóide é imprescindível para que haja um nascimento, uma bolsa de sangue é imprescindível para a sobrevivência de pessoas severamente doentes. Pode-se dizer que a peça, além de usar a sonoridade das duas palavras-chave, propõe uma analogia visual entre o espermatozóide e a bolsa de sangue.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Foi utilizada a técnica de associação entre palavras de uma mesma rede semântica. No caso, a rede semântica da palavra **vida**. No nível do significante, verifica-se a proximidade visual e sonora das palavras Nascer e Renascer. No nível do significado, tanto nascer quanto renascer configuram a situação de se estar vivo. A inclusão das imagens serviu para reforçar a semelhança entre os dois significados, ou seja, demonstrou-se a importância de uma bolsa de sangue no prolongamento da vida de uma pessoa, comparado-a ao próprio espermatozóide.

REFERÊNCIAS

¹ Trabalho submetido ao VIII POP – Programa de Orientação ao Portfólio, 2007_2.

² Aluno do 8º. Semestre do curso de Comunicação Social da ESPM, e-mail: wjr@acad.espm.br

³ Mestre pelo programa de mestrado em Comunicação e práticas de consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing da ESPM. Professora de Criação do Curso de Comunicação Social e orientadora do Programa de Orientação ao Portfólio (POP) da ESPM, e-mail: mmatuck@espm.br.



Anúncios Publicitários relacionados a campanhas de conscientização

Anuários de Criação Publicitária

CARRASCOZA, João. *A evolução do texto publicitário: a associação de palavras como elemento de sedução na publicidade*. São Paulo: Futura, 1999.

BERTOMEU, João. *Criação na Redação Publicitária*. São Paulo: Editora do Autor, 2006.