

Transcrição:

Anúncio publicitário utilizado na Campanha da Vodafone «Efémera — Viva o Momento» (2006).

A Efémera tem uma esperança de vida de apenas um dia. Mas será que isso a preocupa? Nem um bocadinho! Porque ela preenche esse dia com as coisas que mais adora.

Se calhar, nós que vivemos tantos anos, temos algo a aprender com isto. Pense um segundo: se aproveitasse a vida como a Efémera, já imaginou como seria? Viva a vida. Now. Vodafone.

GRUPO I

- 1** O inseto retratado é a efémera (inseto com asas, semelhante a uma libelinha) que, segundo o anúncio, tem uma esperança média de vida de um dia.
- 2** No meio aquático.
- 3** O anúncio apresenta-nos uma floresta tropical, com uma vegetação luxuriante e variadas espécies de árvores e arbustos, predominando os tons verdes em que se destaca o vermelho das flores. Numa clareira, encontra-se um lago ou um riacho. Quando o filme se inicia, tudo está silencioso. Apenas se destacam os chilreios dos pássaros e os sons de insetos (semelhantes a grilos ou cigarras).
- 4** A utilização de um narrador sugere que se estará a assistir a uma espécie de documentário sobre a vida selvagem, uma vez que o tom é semelhante ao utilizado nesse género de programas.
- 5** A melodia que acompanha o anúncio é completamente instrumental, sendo que conseguimos distinguir o piano e a harpa. No início, a melodia é bastante calma, criando uma atmosfera de harmonia e equilíbrio. A partir do momento em que a efémera literalmente «mergulha» num dia cheio de atividades divertidas, o ritmo torna-se mais acelerado e exuberante para terminar com um tom mais romântico, quando os dois insetos namoram junto ao lago.
- 6** Voa muito alto, olha à sua volta e mergulha verticalmente; voa de forma vertiginosa perto de animais exóticos, desliza pelas folhas e pela água, joga ténis com outra efémera (utilizando uma teia de aranha como rede e uma folha como raquete), faz malabarismos, namora e passeia pela floresta.

GRUPO II

- 1** Personificação.
- 2** A personificação mostra que o inseto se comporta como um ser humano e isso permite uma rápida associação com o público.
- 3** Vodafone.
- 4** A própria empresa.
- 5** Now.
 - 5.1 Sugestão de resposta:** O slogan *Now* foi mantido porque o anúncio original terá sido produzido em inglês. Esta palavra é a palavra-chave: é simples e torna a mensagem acessível — aproveitar o momento, apaixonadamente.
- 6** (C) — Esta campanha é de natureza comercial, porque leva o espectador a identificar-se com a marca do produto.