

Para atingir Bush

Categories : [Reportagens](#)

Se a propaganda é a alma do negócio, ela também pode servir para convencer o presidente da maior economia do mundo a assinar o Protocolo de Kyoto e liderar uma luta contra o aquecimento global. Com esse desafio em jogo, a agência de publicidade paulistana Nova S/B lançou um concurso para profissionais e estudantes de comunicação criarem uma propaganda para mudar a cabeça do presidente americano George W. Bush. O vencedor ganharia uma viagem para o Festival de Cannes, o mais importante da propaganda mundial, além do [troféu Leão Verde](#), escultura feita com materiais reciclados - como escovas de dentes e pregos – pelo designer Song Won Sung. Ela atua como analogia ambiental à taça entregue na cidade francesa. Valmir Leite, vice-presidente de criação da Nova S/B, afirma que a idéia era estimular pesquisas e estudos sobre mudanças climáticas para o desenvolvimento dos anúncios. Para ajudar, [links de reportagens sobre o tema estavam disponíveis no site do prêmio](#). No dia 11 de maio, o vencedor entre os 410 inscritos foi conhecido.

Feitos para o cliente fictício 'O mundo em que vivemos', os trabalhos abordaram o assunto com diferentes focos. [Aqui em O Eco, você pode conferir os 20 finalistas](#). Entre eles o premiado anúncio "We Want You", dos publicitários paulistas Thiago Rodrigo Bocatto e Fernando Henrique Patucci. Ele mostra o Tio Sam quase todo coberto por fumaça com apenas o dedo indicador apontado, convocando o presidente americano a assinar o Tratado. Outro destaque é o anúncio 'WARM', com a letra M pintada de vermelho com o intuito de chamar a atenção de Bush para o verdadeiro problema do planeta.