



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA  
FACULDADE DE EDUCAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO**

**ANNA CRISTHYNA SIQUEIRA DE BRITO**

**AFETOS QUE SALVAM VIDAS: EDUCAÇÃO EM SAÚDE TECENDO CONEXÕES  
SANGUÍNEAS**

**UBERLÂNDIA - MG  
2024**

ANNA CRISTHYNA SIQUEIRA DE BRITO

**AFETOS QUE SALVAM VIDAS: EDUCAÇÃO EM SAÚDE TECENDO CONEXÕES  
SANGUÍNEAS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal de Uberlândia, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Educação.

Área de concentração: Educação em Ciências e Matemática.

Orientadora: Professora Dr<sup>a</sup> Lúcia de Fátima Dinelli Estevinho.

UBERLÂNDIA - MG  
2024

## **BANCA EXAMINADORA**

---

Profa. Dra. Lúcia de Fátima Dinelli Estevinho  
Universidade Federal de Uberlândia-UFU

---

Profa. Dra. Shaula Maíra Vicentini de Sampaio  
Universidade Federal Fluminense -UFF

---

Profa. Dra. Viviane Rodrigues Alves de Moraes  
Universidade Federal de Uberlândia-UFU

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)  
Sistema de Bibliotecas da UFU, MG, Brasil.

---

B862 Brito, Anna Cristhyna Siqueira de, 1985-  
2024 Afetos que salvam vidas [recurso eletrônico] : educação em saúde  
tecendo conexões sanguíneas / Anna Cristhyna Siqueira de Brito. - 2024.

Orientadora: Lúcia de Fátima Dinelli Estevinho.  
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Uberlândia,  
Programa de Pós-graduação em Educação.

Modo de acesso: Internet.

Disponível em: <http://doi.org/10.14393/ufu.di.2024.5225>

Inclui bibliografia.

Inclui ilustrações.

1. Educação. I. Estevinho, Lúcia de Fátima Dinelli, 1963-, (Orient.).  
II. Universidade Federal de Uberlândia. Programa de Pós-graduação em  
Educação. III. Título.

---

CDU: 37

André Carlos Francisco Bibliotecário  
Documentalista - CRB-6/3408



## UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA



Coordenação do Programa de Pós-Graduação em Educação

Av. João Naves de Ávila, 2121, Bloco 1G, Sala 156 - Bairro Santa Mônica,  
Uberlândia-MG, CEP 38400-902

Telefone: (34) 3239-4212 - [www.ppged.faced.ufu.br](http://www.ppged.faced.ufu.br) - [ppged@faced.ufu.br](mailto:ppged@faced.ufu.br)

### ATA DE DEFESA - PÓS-GRADUAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em:	Educação				
Defesa de:	Dissertação de Mestrado Acadêmico, 39/2024/909, PPGED				
Data:	Cinco de novembro dedois mil e vinte e quatro	Hora de início:	[14:03]	Hora de encerramento:	16:00]
Matrícula do Discente:	12212EDU004				
Nome do Discente:	ANNA CRISTHYNA SIQUEIRA DE BRITO				
Título do Trabalho:	"Afetos que salvam vidas: Educação em saúde tecendo conexões sanguíneas"				
Área de concentração:	Educação				
Linha de pesquisa:	Educação em Ciências e Matemática				
Projeto de Pesquisa devinculação:	"Criações em arte e vida"				

Reuniu-se, através da sala virtual RNP (<https://conferenciaweb.rnp.br/sala/lucia-de-fatima-dinelli-estevinho>), da Universidade Federal de Uberlândia, a Banca Examinadora, designada pelo Colegiado do Programa de Pós-graduação em Educação, assim composta: Professores Doutores: Shaula Maíra Vicentini de Sampaio - UFF; Viviane Rodrigues Alves de Moraes - UFU e Lúcia de Fátima Dinelli Estevinho, orientador(a) do(a) candidato(a).

Iniciando os trabalhos o(a) presidente da mesa, Dr(a). Lúcia de Fátima Dinelli Estevinho, apresentou a Comissão Examinadora e o candidato(a), agradeceu a presença do público, e concedeu ao Discente a palavra para a exposição do seu trabalho. A duração da apresentação do Discente e o tempo de arguição e resposta foram conforme as normas do Programa.

A seguir o senhor(a) presidente concedeu a palavra, pela ordem sucessivamente, aos(às) examinadores(as), que passaram a arguir o(a) candidato(a). Ultimada a arguição, que se desenvolveu dentro dos termos regimentais, a Banca, em sessão secreta, atribuiu o resultado final, considerando o(a) candidato(a):

[A]provada. Esta defesa faz parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre.

O competente diploma será expedido após cumprimento dos demais requisitos, conforme as normas do Programa, a legislação pertinente e a regulamentação interna da UFU.

Nada mais havendo a tratar foram encerrados os trabalhos. Foi lavrada a presenteata que após lida e achada conforme foi assinada pela Banca Examinadora.



Documento assinado eletronicamente por **Lucia de Fátima Dinelli Estevinho, Professor(a) do Magistério Superior**, em 05/11/2024, às 15:56, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Shaula Maíra Vicentini de Sampaio, Usuário Externo**, em 07/11/2024, às 19:24, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Viviane Rodrigues Alves de Moraes, Professor(a) do Magistério Superior**, em 11/11/2024, às 10:35, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://www.sei.ufu.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://www.sei.ufu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **5834110** e o código CRC **C41D32E9**.

Dedico este trabalho à construção de um conhecimento que transcenda as páginas desta dissertação, buscando contribuir com novos e diferentes olhares para a área da educação. Que este trabalho seja um tributo a todos que, de alguma forma, fazem parte da minha trajetória de vida e acadêmica.

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente, agradeço a Deus por me dar a oportunidade de chegar até aqui, com saúde e disposição no dia a dia.

À minha esposa, Ludmila, que resinificou para mim o verdadeiro sentido de parceria e cumplicidade, me apoiando e incentivando em todas as minhas aventuras, juntamente dessa trajetória de muito esforço, desafios e dedicação. Gratidão por sonhar comigo, meu amor!

À minha mãe, Iony Bueno, pela educação e cuidado dedicados aos seus filhos. Toda minha admiração e amor por você! Ao meu filho, Luis Fernando, que me inspirou a estudar e a lhe mostrar um futuro de dedicação, disciplina e comprometimento. Todo meu amor!

À minha família e aos meus irmãos, obrigada por comemorarem comigo minhas conquistas! Aos amigos de longa data que acompanham minha trajetória de vida, muito obrigada!

À professora Lúcia, minha orientadora neste trabalho, agradeço por todos os ensinamentos, especialmente aqueles que jamais encontrarei nos livros, e pelo apoio ao longo deste percurso acadêmico.

À Universidade Federal de Uberlândia, ao PPGED e à CAPES, pela oportunidade de realizar este mestrado e por proporcionarem um ambiente propício ao desenvolvimento acadêmico.

À Professora Shaula, meu sincero agradecimento pela orientação detalhada e pelas críticas construtivas que contribuíram significativamente para o aprimoramento deste trabalho. Sua experiência e conhecimento foram essenciais para a realização deste estudo.

À Professora Viviane, agradeço profundamente pela generosidade em compartilhar seu tempo e por suas valiosas observações e sugestões. Seu apoio e incentivo foram fundamentais para o desenvolvimento e conclusão deste projeto.

Este trabalho não seria possível sem a contribuição de cada um de vocês e, por isso, expresso minha profunda gratidão.

## ***Vidas em Veias***

A esperança que corre em nossas veias  
Carrega poderosa ancestralidade,  
Carrega a força e a energia de povos antigos.  
O meu sangue no teu sangue.  
E o encontro dos afluentes que desaguam em vida, fortalecem o  
ritmo, os ritmos.  
Ritmos do afeto, dos afetos, ritmos que dançam e trazem de volta  
o brilho, o viço, devolvem o enrubescer da pele e a esperança de  
um novo dia.  
O gosto do ferro na garganta,  
Potência de vida em fluxo.  
Laços que se tecem,  
Mas se desconhecem.  
Como é belo o movimento,  
O entrelaçamento de vidas em veias.

Daniella Medeiros/ 2023

## RESUMO

Este estudo está vinculado à linha de pesquisa em Educação em Ciências e Matemática, pertencente ao programa de Pós Graduação em Educação da Universidade Federal de Uberlândia. A dissertação analisa como as campanhas publicitárias de doação de sangue no Brasil constroem significados culturais. A análise das campanhas é feita à luz dos Estudos Culturais, que permite compreender a mídia como uma força ativa na formação de identidades e na construção de narrativas culturais. Nesse sentido, as pedagogias culturais são apresentadas como uma ferramenta que auxilia na compreensão de como essas mensagens midiáticas moldam percepções sociais e influenciam comportamentos. A pesquisa adota uma abordagem metodológica qualitativa, explorando campanhas publicitárias audiovisuais de diferentes períodos políticos no Brasil, abrangendo governos distintos. As peças publicitárias são examinadas em termos de suas estratégias comunicativas. O estudo investiga, como as campanhas publicitárias de doação de sangue utilizam estratégias emocionais e institucionais para alcançar o público. Ao longo da análise, fica evidente que essas campanhas recorrem a apelos persuasivos e narrativas visuais impactantes para mobilizar a sociedade, sensibilizando o público e reforçando a doação de sangue como um gesto de altruísmo e responsabilidade social. O trabalho revela que as campanhas publicitárias, ao buscarem cumprir seu papel informativo, tem o potencial de também funcionar como ferramentas pedagógicas, engajando e motivando a sociedade em torno de práticas cidadãs. Essas campanhas contribuem para a construção de uma cultura de solidariedade e responsabilidade coletiva, com o potencial de influenciar e promover mudanças significativas no comportamento social, mas devem ser vistas com um olhar crítico, uma vez que veiculam comportamentos nem sempre compatíveis com questões de saúde, especialmente em tempos de pandemia.

**Palavras-chave:** Campanhas Publicitárias. Doação de Sangue. Estudos Culturais. Pedagogia Cultural.

## **ABSTRACT**

This study is part of the research line in Science and Mathematics Education, within the Graduate Program in Education at the Federal University of Uberlândia. The dissertation analyzes how blood donation advertising campaigns in Brazil construct cultural meanings and influence social behaviors. The analysis is grounded in Cultural Studies, which enables the understanding of media as an active force in shaping identities and constructing cultural narratives. In this context, Cultural Pedagogy is presented as a tool that helps to comprehend how these media messages shape social perceptions and influence behaviors. The research adopts a qualitative methodological approach, exploring audiovisual advertising campaigns from different political periods in Brazil, spanning various government administrations. The advertisements are examined in terms of their communicative strategies. The study investigates how blood donation campaigns employ emotional and institutional strategies to reach the public. Throughout the analysis, it becomes clear that these campaigns rely on persuasive appeals and impactful visual narratives to mobilize society, raising awareness and reinforcing blood donation as an act of altruism and social responsibility. These campaigns not only inform but also play a fundamental role in collective education and awareness, promoting a vision of solidarity around blood donation. The study reveals that while these advertising campaigns aim to fulfill their informational role, they also function as pedagogical tools, engaging and motivating society towards civic practices. These campaigns contribute to the construction of a culture of solidarity and collective responsibility, with the potential to influence and promote significant changes in social behavior. However, they should be critically evaluated, as they may convey behaviors not always aligned with health issues, especially during pandemic times.

**Keywords:** Advertising Campaigns. Blood Donation. Cultural Studies. Cultural Pedagogy.

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Página inicial Ministério da Saúde. Informe 2 .....	49
Figura 2 - Página inicial Ministério da Saúde. Informe 4 .....	49
Figura 3 - Página inicial Ministério da Saúde. Informe 3 .....	50
Figura 4 - O que você procura – Aba de busca .....	50
Figura 5 - Acesso rápido.....	51
Figura 6 - Redes Sociais .....	51
Figura 7 - Campanhas disponíveis por ano .....	52
Figura 8 - Campanhas realizadas no ano de 2024 .....	52
Figura 9 - Campanhas realizadas no ano de 2023 .....	52
Figura 10 - Campanha 2021 .....	54
Figura 11 - Peças da campanha, print 1 .....	54
Figura 12 - Peças da campanha, print 2.....	55
Figura 13 - Compartilhamento disponível em redes sociais.....	55
Figura 14 - Spot - Campanha de Doação de Sangue.mpeg .....	56
Figura 15 - Filme - Campanha de Doação de Sangue (30 segundos).mp4 .....	57
Figura 16 - "Doar sangue é compartilhar vida" – Cenas do filme publicitário - Prints do Vídeo .....	66
Figura 17 - Elementos visuais – Prints do Vídeo.....	67
Figura 18 - Fluxo de sangue – Prints do Vídeo.....	68
Figura 19 - Paciente – Prints do Vídeo.....	69
Figura 20 - Ambiente hospitalar – Prints do Vídeo.....	69
Figura 21 - Doar sangue é compartilhar vida – Cartaz Oficial.....	72
Figura 22 - "Doe sangue regularmente e ajude a quem precisa" – Filme publicitário - Prints do Vídeo – 1.....	76

Figura 23 - "Doe sangue regularmente e ajude a quem precisa" – Filme publicitário - Prints do Vídeo – 2.....	76
Figura 24 - "Doe sangue regularmente e ajude a quem precisa" – Filme publicitário - Prints do Vídeo – 3.....	77
Figura 25 - "Doe sangue regularmente e ajude a quem precisa" – Filme publicitário - Prints do Vídeo – 4.....	77
Figura 26 - "Doe sangue regularmente e ajude a quem precisa" – Cartaz Oficial.....	80
Figura 27 - "Doe sangue regularmente. Doar é um ato de amor" – Filme publicitário - Prints do Vídeo – 1.....	82
Figura 28 - "Doe sangue regularmente. Doar é um ato de amor" – Filme publicitário - Prints do Vídeo – 2.....	83
Figura 29 - "Doe sangue regularmente. Doar é um ato de amor" – Filme publicitário - Prints do Vídeo – 3.....	83
Figura 30 - Campanha "Seja Solidário. Doe Sangue. Doar é Um Ato de Amor". Cartaz oficial .....	84
Figura 31 - Campanha “Doe sangue regularmente. Com a nossa união, a vida se completa” – Filme publicitário - Prints do Vídeo – 1.....	87
Figura 32 - Campanha “Doe sangue regularmente. Com a nossa união, a vida se completa” – Filme publicitário - Prints do Vídeo – 2.....	88
Figura 33 - Campanha “Doe sangue regularmente. Com a nossa união, a vida se completa” – Filme publicitário - Prints do Vídeo – 3.....	88
Figura 34 - Campanha “Doe sangue regularmente. Com a nossa união, a vida se completa” – Filme publicitário - Prints do Vídeo – 4.....	89
Figura 35 - Campanha “Doe sangue regularmente. Com a nossa união, a vida se completa” – Filme publicitário - Prints do Vídeo – 5.....	89
Figura 36 - Campanha “Doe sangue regularmente. Com a nossa união, a vida se completa” – Filme publicitário - Prints do Vídeo – 6.....	90
Figura 37 - Campanha “Doe sangue regularmente. Com a nossa união, a vida se completa” – Filme publicitário - Prints do Vídeo – 7 .....	90

Figura 38 - Campanha “Doe sangue regularmente. Com a nossa união, a vida se completa” – Cartaz oficial.....	93
Figura 39 - Campanha “Quando você doa sangue ajuda a salvar muitas vidas” – Filme publicitário - Prints do Vídeo – 1.....	97
Figura 40 - Campanha “Quando você doa sangue ajuda a salvar muitas vidas” – Filme publicitário - Prints do Vídeo – 2.....	97
Figura 41 - Campanha “Quando você doa sangue ajuda a salvar muitas vidas” – Filme publicitário - Prints do Vídeo – 3.....	98
Figura 42 - Campanha “Quando você doa sangue ajuda a salvar muitas vidas” – Filme publicitário - Prints do Vídeo – 4.....	98
Figura 43 - Cartaz da Campanha " Quando você doa sangue ajuda a salvar vidas" – Cartaz oficial.....	100
Figura 44 - Texto do cartaz oficial .....	101

## ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 - Vídeos pesquisados no Youtube.....	54
Tabela 2 - Totalidade de campanhas nacionais analisadas.....	54
Tabela 3 - Redes Sociais Ministério da Saúde.....	57

## SUMÁRIO

<b>MEMÓRIAS E REFLEXÕES</b> .....	13
<b>INTRODUÇÃO</b> .....	17
<b>1. BREVE JORNADA HISTÓRICA DA DOAÇÃO DE SANGUE</b> .....	20
<b>2. OS ESTUDOS CULTURAIS E AS PRODUÇÕES MUDIÁTICAS</b> .....	33
2.1 - Educação, Estudos Culturais e Pedagogia Cultural.....	38
<b>3. CAMINHOS METODOLÓGICOS PARA A INVESTIGAÇÃO MUDIÁTICA</b> .....	45
3.1 - Decupagem fílmica.....	59
<b>4. AS CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS SOBRE A DOAÇÃO DE SANGUE</b> .....	63
4.1. Campanha "Doar sangue é compartilhar vida" - ano 2015.....	65
4.1.1. Vídeo.....	65
4.1.2. Cartaz oficial.....	72
4.2. Campanha "Doe sangue regularmente e ajude a quem precisa" - ano 2017.....	73
4.2.1. Vídeo.....	73
4.2.2. Cartaz oficial.....	80
4.3. Campanha "Seja solidário. Doe Sangue. Doar é Um Ato de Amor" - ano 2020.....	81
4.3.1 - Vídeo.....	81
4.3.2. Cartaz oficial.....	84
4.4. Campanha "Doe sangue regularmente. Com a nossa união, a vida se completa - ano 2021.....	85
4.4.1. Vídeo.....	85
4.4.2. Cartaz oficial.....	92
4.5. Campanha "Quando você doa sangue ajuda a salvar vidas" - ano 2023.....	95
4.5.1. Vídeo.....	95
4.5.2. Cartaz oficial.....	99
4.6. Análise entre as campanhas.....	101
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	109
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	114
<b>APÊNDICE</b> .....	119

## MEMÓRIAS E REFLEXÕES

É a partir das experiências vividas, das lições aprendidas e das reflexões que construí a base sólida das decisões tomadas, que compõem esta narrativa. Nessa perspectiva, início este estudo com um mergulho em minha própria história, seguido pelo problema de pesquisa que me impulsionou, os objetivos que almejei alcançar e, por fim, a estrutura que organizei para a dissertação.

Compartilho um fragmento significativo da minha jornada pessoal, pois acredito que as escolhas que fazemos, os sonhos que cultivamos e os alvos que perseguimos, incluindo a motivação que me impulsiona nesta pesquisa, são profundamente moldados pelos caminhos que trilhamos ao longo dos anos.

Desde a minha infância, fui imersa no fascinante mundo da televisão. Brincar ao ar livre ou passar longas horas com amigos era algo incomum para mim. Minha mãe, que era mãe solo, era rigorosa em nossa criação, proibindo-nos de aventurar pelas ruas ou socializar com outras crianças. Naquela época, não tínhamos à disposição as modernidades dos smartphones, tablets ou internet; portanto, ficar em casa era tedioso, e eu considerava a televisão e o rádio como minhas principais fontes de entretenimento, nas quais mergulhava de corpo e alma.

Os desenhos animados, as músicas, os jornais, os filmes e as novelas tornaram-se meu refúgio. Eu me encantava a cada instante, e essas experiências despertavam em mim um mundo de pensamentos e imaginações. Aprendi muito com tudo o que assistia e ouvia. A música, em especial, me cativou com suas melodias extraordinárias, que ultrapassavam muito minha idade. Desenvolvi amor pela música popular brasileira, pelo rock nacional e internacional, algo que minhas duas irmãs não compartilhavam. Essa singularidade me fazia sentir especial, diferente delas e das demais crianças com as quais convivía.

Na adolescência, visualizo-me como um tanto retraída e bastante tímida, características resultantes de uma educação rígida, que resultou em poucos laços afetivos e amigos. Minha trajetória acadêmica no ensino fundamental e médio ocorreu em um único colégio, uma instituição pública da minha cidade natal, Goiânia-GO, que foi reconhecida tanto pela competente equipe de gestão e educadores quanto pelo rico aprendizado que proporcionava, além de sua estrutura ampla e acolhedora.

Naquela escola, diversas aulas extracurriculares eram oferecidas aos alunos, como a banda marcial Lígia Rebelo, o coral, aulas de violão e de informática, momentos de leitura na biblioteca, além de times de futsal, vôlei, basquete e handebol, tanto femininos quanto masculinos. No entanto, só pude participar do coral, chegando a realizar algumas apresentações para o público. Durante o ensino fundamental, estabeleci amizade com meu vizinho; nossa relação era marcada por uma cumplicidade e companheirismo muito fortes, sempre encontrando formas de conversar, mesmo que fosse por cima do muro de nossas casas. Essa amizade perdurou por vários anos.

Após certo tempo, comecei a perceber uma mudança em meu amigo: ele parecia abatido e mais silencioso do que o habitual. Sentindo-me preocupada, pois nunca o havia visto naquela condição, encorajei-o a consultar um médico. A partir desse momento, foram necessários diversos exames até que o diagnóstico fosse confirmado: ele estava lidando com uma doença grave chamada aplasia medular, também conhecida como anemia aplástica. O médico imediatamente iniciou o tratamento, recomendando a realização de transfusões de sangue e plaquetas, uma vez que os exames indicaram níveis extremamente baixos de plaquetas e uma grave anemia.

A aplasia medular é uma condição em que a medula óssea, responsável pela produção de células sanguíneas, não funciona corretamente. Nesse estado, a medula óssea não produz uma quantidade suficiente de glóbulos vermelhos, glóbulos brancos e plaquetas, o que pode levar a problemas como anemia, infecções frequentes e sangramentos. O tratamento inclui transfusões de sangue e plaquetas, medicamentos para estimular a produção de células sanguíneas e, em casos mais graves, um transplante de medula óssea.

A partir desse momento, iniciou-se uma batalha constante para a família e os amigos na busca pela recuperação dele. Enfrentamos um desafio logo no início: encontrar doadores de sangue, uma vez que ele precisaria de quantidades significativas durante o tratamento, conforme solicitado pelo hospital, e sabíamos da escassez de estoque de sangue.

Nossa indagação constante era: como despertar o interesse das pessoas em doar sangue? A falta de informações precisas sobre a duração do tratamento e a quantidade necessária de doadores tornava nossa missão ainda mais complexa. Decidimos, então, iniciar campanhas no bairro, mapeando possíveis doadores e estratégias para multiplicar essa intenção na nossa comunidade.

Dedicamos dias intensos, movidos pela urgência da necessidade. Algumas pessoas começaram a se apresentar no Hemocentro em nome do meu amigo, o que trouxe um pouco

de alívio e esperança para seu tratamento, ainda que não fosse o suficiente. Todos os envolvidos perceberam o quão difícil era realizar essa missão de encontrar doadores.

No vigésimo quinto dia após o diagnóstico, meu amigo começou a sentir-se extremamente mal e foi hospitalizado devido ao seu estado debilitado. Antes de sua ida ao hospital, conseguimos trocar algumas palavras rapidamente. Desejei-lhe boa sorte, pedi que se recuperasse logo e retornasse para casa. No entanto, dez dias depois, recebi a avassaladora notícia de que não o veria novamente. Naquele momento, perdi meu único amigo, pois, infelizmente, ele não resistiu e sucumbiu à doença.

Esse acontecimento abalou profundamente meu mundo, levantando uma série de reflexões. Guardei em minha memória a última vez que o vi com vida, mesmo cansado, abatido e com seu sorriso torto. Durante meses, vivi em um estado de tristeza, chorando em segredo; contudo, com o tempo, a dor transformou-se em saudade.

Logo ingressei no ensino médio e enfrentei uma série de disciplinas desafiadoras e novas responsabilidades. Uma experiência marcante ocorreu no primeiro ano, quando realizamos um trabalho excepcional fora dos limites da escola. Em uma visita ao Hemocentro de Goiânia, em uma campanha conjunta com outros dois colégios, passamos o dia todo no local, explorando cada setor da instituição e compreendendo todo o processo da doação de sangue.

Após essa visita, montamos estandes no próprio Hemocentro para divulgação dos trabalhos realizados, integrando os conceitos aprendidos em sala de aula, especialmente nas aulas de biologia, ao tema "Doe Sangue, Doe Vida!". Esse momento fez-me retornar ao passado, relembrar meu amigo e enfatizar a enorme relevância desse assunto. A doação de sangue tornou-se uma consequência natural desse processo.

Já no ensino superior, decidi fazer o curso de Pedagogia por ter sido contemplada com uma bolsa de estudos. Embora não me imaginasse professora, fui influenciada pela necessidade de um curso superior para melhorar minha vida profissional. Concluí minha graduação no final de 2009 e, no ano seguinte, busquei trabalho como professora, mas deparei-me com muitas portas fechadas, o que me levou a desistir da área da educação.

Em 2021, movida pelo desejo de voltar aos estudos, realizei uma especialização em Supervisão Escolar e, em seguida, candidatei-me a uma vaga no Programa de Pós-Graduação em Educação (Mestrado), buscando desenvolver uma pesquisa que unisse esses elementos impactantes na minha vida. Apresentei a proposta no campo de pesquisa Educação em Ciências e Matemática, com foco principal nas relações entre doação de sangue e mídia. O

estudo dessa relação me levou ao campo dos Estudos Culturais e Educação, sendo por esse viés que a presente pesquisa se orienta.

## INTRODUÇÃO

A presente dissertação investiga a seguinte problemática: quais são as construções culturais presentes nas campanhas publicitárias de doação de sangue? Inserida no campo de interseção entre educação, mídia e cultura, esta pesquisa tem como objetivo analisar peças publicitárias sobre a doação de sangue produzidas pelo Ministério da Saúde e veiculadas na mídia.

A mídia exerce um papel central na formação de significados e na construção de realidades sociais. Fischer (1997, p. 61) afirma que, por meio da análise de programas de TV, revistas e jornais (e, nesse caso, consideramos também os vídeos presentes no YouTube), é possível atestar que a mídia, além de veicular, também produz saberes e formas especializadas de comunicação e de produção de sujeitos, exercendo assim uma função pedagógica. Isso ocorre porque são construídas estratégias comunicativas a partir da linguagem para informar e formar.

As campanhas publicitárias de doação de sangue não são exceção; elas não apenas informam, mas também têm o potencial de moldar percepções e atitudes em relação à doação de sangue. A análise das campanhas publicitárias de doação de sangue revela a complexidade das estratégias comunicativas e das narrativas culturais envolvidas, mas não se pode afirmar categoricamente que essas campanhas influenciam comportamentos sem um referencial de base que comprove esse impacto.

Nesse contexto, torna-se essencial entender como as campanhas utilizam símbolos, imagens e narrativas para persuadir e sensibilizar o público. Ao analisar as campanhas de doação de sangue, buscamos compreender quais questões culturais são postas em circulação, como essas relações se manifestam e se materializam para que o objetivo da campanha seja efetivado.

Essa dissertação, portanto, pretende não apenas descrever as estratégias comunicacionais das campanhas de doação de sangue, mas também analisar as construções culturais implícitas e suas implicações para a educação e a saúde.

Esta pesquisa está estruturada em quatro capítulos, cada um abordando aspectos específicos do tema em estudo. O primeiro capítulo, intitulado “Breve Jornada Histórica da Doação de Sangue”, oferece uma visão geral do desenvolvimento histórico da doação de sangue no Brasil. Nele, são discutidos os marcos iniciais, as normas estabelecidas ao longo do

tempo e as principais evoluções no processo de doação, proporcionando um contexto fundamental para a compreensão das práticas atuais.

O segundo capítulo, intitulado "Estudos Culturais e as Produções Midiáticas", concentra-se na fundamentação teórica necessária para o desenvolvimento da pesquisa. Este capítulo explora a relevância dos Estudos Culturais no campo da educação, detalhando como as teorias culturais contribuem para uma compreensão mais ampla das práticas pedagógicas contemporâneas. Inicialmente, são discutidos os conceitos fundamentais dos Estudos Culturais, incluindo suas origens, principais abordagens e a evolução do campo. Em seguida, o capítulo examina as pedagogias culturais, uma área que se inter-relaciona com os Estudos Culturais e que enfatiza a importância de compreender a cultura como um elemento central no processo educativo. São analisadas as principais teorias e práticas pedagógicas que incorporam elementos culturais e como estas influenciam a construção do conhecimento e a formação da identidade.

O terceiro capítulo, intitulado "Caminhos Metodológicos para a Investigação Midiática", detalha os procedimentos e técnicas adotados para investigar os Estudos Culturais e as pedagogias culturais através da análise de filmes e peças publicitárias voltadas para campanhas de doação de sangue. Este estudo, inserido no campo da Educação, adota uma abordagem exploratória e descritiva com o objetivo de aprofundar a compreensão das características e impactos das publicidades audiovisuais sobre a doação de sangue. A pesquisa é conduzida por meio de uma metodologia qualitativa, que permite uma análise detalhada e interpretativa dos conteúdos veiculados na televisão e nas redes sociais. O capítulo descreve os critérios de seleção dos materiais, os métodos de coleta e a forma como essas informações são interpretadas à luz das teorias dos Estudos Culturais e das pedagogias culturais. A abordagem qualitativa é escolhida para captar a riqueza e a complexidade dos significados veiculados pelas campanhas publicitárias, permitindo uma compreensão mais profunda de suas implicações educativas e culturais.

O quarto e último capítulo, intitulado "Análise das Campanhas de Doação de Sangue", dedica-se à investigação detalhada das campanhas publicitárias selecionadas que promovem a doação de sangue. Este capítulo oferece uma análise das campanhas midiáticas veiculadas, com foco nas estratégias visuais, narrativas e mensagens utilizadas para engajar o público e promover a conscientização sobre a doação de sangue. A análise abrange tanto as campanhas nacionais transmitidas na televisão quanto as exploradas nas redes sociais, examinando como

essas mídias abordam e representam o tema da doação de sangue. O capítulo contempla os elementos culturais e pedagógicos presentes nas campanhas.

Como apêndice, a dissertação inclui a decupagem das campanhas analisadas. Este apêndice fornece um registro detalhado das peças publicitárias, facilitando a compreensão e a revisão das análises realizadas. A decupagem serve como um recurso adicional para apoiar as conclusões do estudo, oferecendo uma visão mais aprofundada dos materiais analisados.

## 1. BREVE JORNADA HISTÓRICA DA DOAÇÃO DE SANGUE

Apresentaremos uma breve contextualização dos aspectos relacionados à origem e evolução da doação de sangue ao longo do tempo, considerando sua jornada histórica e os impactos culturais e educacionais. Ao investigar a doação de sangue no Brasil, é fundamental reconhecer não apenas suas singularidades e desvios, mas também como esse processo tem se transformado continuamente.

Esse entendimento é enriquecido pelos Estudos Culturais, que oferecem uma perspectiva sobre como as práticas de doação são moldadas por, e por sua vez moldam, as normas culturais e sociais. A interseção entre a história da doação de sangue e os Estudos Culturais revela como as percepções públicas e as políticas de saúde evoluíram ao longo do tempo, influenciando e sendo influenciadas pela educação em saúde e pelas campanhas de conscientização. O embasamento teórico para essa análise é suportado por materiais da biblioteca virtual em Saúde<sup>1</sup>, do Ministério da Saúde e por diversos autores que discutem a dinâmica e as transformações desse processo.

A narrativa da transfusão é didaticamente segmentada em três períodos: antigo (até o início do século XVII), pré-científico (de 1616 até o início do século XX) e científico (de 1900 até os tempos contemporâneos), de acordo com a "Biblioteca Virtual em Saúde" (Ministério da Saúde, 2022). Essas fases são definidas com base em momentos significativos para a terapia transfusional.

A ideia de que o sangue é considerado o veículo da alma é uma crença ou conceito presente em algumas culturas e tradições religiosas. Em culturas antigas, como a egípcia e a mesopotâmica, o sangue era visto como um componente vital do ser humano. Acreditava-se que o sangue carregava a força vital e a alma de uma pessoa. Em rituais religiosos e cerimônias de sacrifício, ele era frequentemente derramado como uma oferenda aos deuses ou como um meio de comunicação com o divino (Jouanna, 2010).

Na Grécia Antiga, por exemplo, na teoria hipocrática, acreditava-se que o sangue era um dos quatro elementos básicos do corpo humano, juntamente com o fogo, a terra e a água. A teoria de Hipócrates (460 a.C. - 377 a.C.), médico grego conhecido como o pai da medicina, foi um dos primeiros a sugerir que o equilíbrio dos quatro humores do corpo sangue, fleuma, bile amarela e bile negra, era essencial para a saúde. Para Hipócrates, na

---

<sup>1</sup> Site da biblioteca virtual da saúde: <https://bvsmms.saude.gov.br/>

perspectiva do indivíduo, o corpo humano possui os recursos necessários para se recuperar de doenças ou lesões (Cairus, 2005).

Ao longo dos séculos, diversos apontamentos e estudos foram realizados para entender o papel do sangue na saúde e no funcionamento do organismo. No entanto, foi durante o período da Renascença e da Revolução Científica, entre os séculos XV e XVII, que ocorreram avanços significativos no estudo do sangue. Um evento marcante nesse sentido foi a descoberta da circulação sanguínea pelo médico e anatomista inglês William Harvey, no século XVII. Harvey demonstrou que o sangue circula continuamente pelo corpo através do sistema circulatório, impulsionado pelo coração. Essa descoberta revolucionou o entendimento da fisiologia do sangue e estabeleceu as bases para estudos posteriores (Rosa, 2012).

No que diz respeito ao estudo da importância do sangue, a ciência moderna trouxe avanços significativos, compreendendo-o como um fluido essencial para o funcionamento do organismo, conduzindo nutrientes, oxigênio e hormônios, além de contribuir para a regulação térmica e outras funções vitais. A compreensão do papel do sangue na saúde e no funcionamento do organismo tem sido amplamente explorada por meio de pesquisas científicas em diferentes áreas, como fisiologia, hematologia, imunologia e bioquímica.

Ao longo da história, as diretrizes para a doação de sangue foram formuladas e ajustadas de acordo com as necessidades e contextos específicos de cada época. Essas diretrizes abordaram tanto os critérios físicos, de saúde e comportamentais, essenciais para garantir a segurança dos doadores e receptores, quanto os desafios impostos pelas restrições científicas e considerações éticas vigentes. À medida que os avanços científicos e tecnológicos progrediram, as normas para a doação de sangue evoluíram, refletindo a adaptação contínua às novas descobertas e à necessidade de atender às exigências éticas e práticas em constante mudança (Delizoicov; Carneiro; Delizoicov Neto, 2004).

A primeira transfusão de sangue humano foi realizada por James Blundell, em 1818. Blundell, um médico britânico do século XIX e obstetra renomado, é conhecido como um dos pioneiros no campo da transfusão de sangue. Ele realizou experimentos bem-sucedidos em animais e, posteriormente, transfundiu sangue humano em uma mulher com hemorragia pós-parto (Schmotzer et al., 1985).

No século XIX, as diretrizes específicas para a doação de sangue variavam amplamente, refletindo as práticas médicas e sociais da época. A doação de sangue era realizada de forma direta, ou seja, um indivíduo doava sangue diretamente para uma pessoa específica que

precisava. Naquela época, não existiam os sistemas de bancos de sangue e doação em larga escala como temos hoje. A doação era mais personalizada, ocorrendo entre conhecidos, familiares ou pessoas próximas em situações de emergência ou necessidade médica específica. Os métodos e técnicas básicas para a coleta e armazenamento de sangue eram muito rudimentares. A coleta geralmente era realizada com seringas e agulhas simples. O risco de transmitir doenças infecciosas por meio de transfusões sanguíneas era elevado devido à falta de testes adequados (Serinolli, 1999).

Apesar dos avanços significativos com a transfusão homóloga, os cientistas começaram a enfrentar problemas relacionados à coagulação. Foram realizados diversos testes para tentar contornar esse problema, como a tentativa de transfusão de sangue de cadáveres; no entanto, todos os esforços foram em vão. Paralelamente a essas experiências, foram desenvolvidos equipamentos para a realização de transfusões indiretas e métodos para transfusão direta, como a técnica conhecida como "braço-a-braço". Nesta técnica, o sangue era transferido diretamente da artéria do doador para a veia do receptor, prevenindo a coagulação do sangue durante o armazenamento (Serinolli, 1999).

Naquela época, ainda não se tinha conhecimento sobre os diferentes tipos de sangue e a importância da compatibilidade entre doador e receptor. Isso resultava em transfusões malsucedidas e em complicações graves, como reações imunológicas adversas, incluindo rejeição do sangue transfundido e coagulação sanguínea anormal. O conhecimento sobre a transmissão de doenças infecciosas era limitado, e os procedimentos de esterilização e higiene adequados ainda estavam sendo desenvolvidos. Como resultado, as transfusões de sangue frequentemente levavam à introdução de bactérias, vírus e outros patógenos no organismo do receptor, aumentando o risco de infecções graves e complicações. No século XX, a transfusão passou a ter mais sucesso após a descoberta dos grupos sanguíneos por Landsteiner, em 1900 (Gonzaga; Almeida; Dos Anjos, 2007).

Essa evolução do conhecimento e das práticas relacionadas à transfusão de sangue ao longo do tempo mostra que, inicialmente, na ausência de um entendimento adequado sobre os diferentes tipos sanguíneos e a importância da compatibilidade entre doador e receptor, as transfusões eram frequentemente malsucedidas e acompanhadas de sérias complicações. Os métodos e equipamentos utilizados para a transfusão de sangue eram primitivos e imprecisos. Médicos e cirurgiões enfrentavam desafios significativos para realizar as transfusões, uma vez que seringas e agulhas, principais instrumentos usados para coletar e administrar o sangue

durante as transfusões, frequentemente apresentavam limitações quanto à precisão e ao controle do fluxo sanguíneo (Marcondes, 1879).

O sangue coletado era frequentemente armazenado em recipientes de vidro, como frascos ou garrafas. No entanto, a falta de técnicas de esterilização adequadas e a ausência de anticoagulantes eficazes dificultavam a conservação do sangue por longos períodos. Além dos instrumentos mencionados, outros equipamentos utilizados durante as transfusões sanguíneas no século XIX incluíam garrotes para amarrar as extremidades dos membros e auxiliar no controle do fluxo sanguíneo, bem como recipientes improvisados para a coleta e armazenamento temporário de sangue. Esses desafios e obstáculos foram fundamentais para o desenvolvimento posterior de técnicas e conhecimentos mais avançados, visando a melhoria da doação e transfusão de sangue (Marcondes, 1879).

Com o passar do tempo, as legislações acompanharam os avanços referentes à doação de sangue, orientando cada vez mais essa prática e buscando promover uma cultura mais inclusiva, segura e eficiente para atender aos necessitados (Santos Filho; Barros; Gomes, 2009).

Foi somente no início do século XX, com as descobertas de Karl Landsteiner sobre os diferentes grupos sanguíneos e os avanços subsequentes no campo da imunologia, que o conhecimento sobre a compatibilidade sanguínea se aprofundou e se tornou uma parte essencial das práticas de transfusão sanguínea modernas (Serinolli, 1999). A descoberta dos tipos sanguíneos por Landsteiner é considerada um marco na medicina e na ciência em geral, pois possibilitou melhorar a segurança e a eficácia das transfusões sanguíneas e dos transplantes de órgãos. Sua contribuição para a compreensão dos tipos sanguíneos rendeu-lhe o Prêmio Nobel de Medicina em 1930. Essa descoberta destacou a importância de conhecermos as características do nosso próprio sangue, tanto para evitar complicações em transfusões sanguíneas quanto para contribuir com a doação de sangue e a salvação de vidas (Gonzaga; Almeida; Dos Anjos, 2007).

Foi também no início do século XX, com os avanços na compreensão da coagulação sanguínea e o desenvolvimento de anticoagulantes apropriados, que a coagulação do sangue durante a doação e transfusão se tornou um problema mais controlável e minimizado. Com os avanços significativos conquistados pela ciência e pelo sistema de saúde, é inegável o impacto positivo que tais conquistas tiveram em diversas vidas. Nesse contexto, o sistema de doação de sangue também avançou consideravelmente, com a melhoria e a promoção da saúde

pública. Esses avanços não se limitam a um único ponto no tempo, mas são parte de um processo em constante evolução (Junqueira et al., 2005).

O primeiro banco de sangue reconhecido mundialmente surgiu em Barcelona, durante a Guerra Civil Espanhola, em 1936. Durante esse período, a necessidade de sangue para salvar vidas tornou-se urgente devido aos ferimentos de guerra e à escassez de recursos médicos. Foi nesse contexto que o médico espanhol Frederic Duran-Jordà estabeleceu o "Banco de Sangue de Barcelona", formalmente organizado e dedicado à coleta, armazenamento e distribuição de sangue para uso em transfusões (Schmotzer et al., 1985).

O primeiro banco de sangue público do Brasil foi criado em 1941, na cidade de Porto Alegre, no Rio Grande do Sul. Esse fato histórico estabeleceu as bases para a implementação de um sistema organizado de coleta, armazenamento e distribuição de sangue no país. No mesmo ano, 1941, o segundo banco de sangue público foi fundado no Rio de Janeiro, estado que se tornou um centro importante para avanços médicos e científicos no país. A criação desse banco de sangue na capital carioca expandiu ainda mais a capacidade de fornecer sangue para transfusões e atender às demandas da população. Em 1942, apenas um ano após a criação do banco de sangue no Rio de Janeiro, foi estabelecido o terceiro banco de sangue público em Recife, no estado de Pernambuco. A formação desses primeiros bancos de sangue públicos representou um aprimoramento relevante na história da medicina transfusional no país (Junqueira; Rosenblit; Ehamerschlak, 2005).

Essas instituições pioneiras desempenharam um papel crucial na coleta de sangue, na realização de testes de compatibilidade e na disseminação de informações relevantes para pacientes que necessitavam de transfusões sanguíneas. Ao longo das décadas seguintes, o Brasil continuou a expandir sua rede de bancos de sangue públicos, implementando instituições em diferentes estados e cidades. Esses bancos de sangue desempenham um papel fundamental na promoção da saúde pública, viabilizando suprimentos de sangue para transfusões, realizando testes de triagem e aderindo a rígidos protocolos de segurança (Barros, 2016).

Antes de 1988, em alguns países, incluindo o Brasil, era permitido remunerar a doação de sangue; as pessoas podiam receber uma compensação financeira ou outros incentivos em troca da doação. Como resultado, muitas pessoas realizavam doações omitindo informações relevantes, com o intuito de receber recursos financeiros, incluindo moradores de rua, dependentes químicos, indivíduos com comportamento sexual de risco, pessoas doentes e anêmicas. Essas práticas geraram problemas significativos na década de 1980.

[...] muitos são os problemas que perduram durante os anos 80. Em primeiro lugar, há a falta constante de doadores. As campanhas pró-doação altruísta são de modo geral descontínuas e descoordenadas (cada entidade promove a sua). Os postos de coleta de sangue são, em geral, poucos e afastados do trabalho ou da moradia dos possíveis doadores. Altas ocasionais de doações (por ocasião de tragédias ou alistamento militar) não substituem o necessário fluxo contínuo e levam a um excedente momentâneo de sangue que, muitas vezes, acaba desperdiçado (SANTOS, MORAES, COELHO, 1993, s.p).

O aparecimento da AIDS/HIV no Brasil foi um marco histórico que impactou profundamente a área da hemoterapia no país. O HIV, vírus da imunodeficiência humana, foi identificado pela primeira vez em 1981 nos Estados Unidos, e ainda havia muito desconhecimento sobre o vírus, sua transmissão e sua detecção. A pandemia da doença trouxe uma série de desafios para o sistema de saúde e para a prática da doação e transfusão de sangue. O vírus HIV tornou-se uma grave preocupação de saúde pública no Brasil e em todo o mundo. A transmissão do vírus pelo sangue foi rapidamente identificada como uma das principais formas de contágio da doença, principalmente porque não havia testes disponíveis para detectar o vírus no sangue doado. No Brasil, as transfusões de sangue eram responsáveis por 15% das contaminações pelo HIV, de acordo com os dados da época (Junqueira; Rosenblit; Hamerschlak, 2005).

Além disso, o tempo da janela imunológica, ou seja, o período entre a infecção pelo vírus e a detecção por meio de testes, era relativamente longo. Em alguns casos, pessoas que eram portadoras do HIV, mas ainda não haviam desenvolvido sintomas da AIDS, doavam sangue sem saber que estavam infectadas. Esse sangue era, então, transfundido em receptores, que também se tornavam infectados. Essas transfusões de sangue foram uma das formas importantes de transmissão do HIV naquela época, como relatam Santos et al. (1992).

Diríamos mesmo que nenhum momento da evolução quase centenária das reformas sanitárias no Brasil revelou tal permeabilidade da política estatal às pressões da sociedade. A Aids transfusional, ao disseminar o 'grande medo' e aglutinar um amplo movimento de luta pela melhoria dos serviços, foi responsável pelos rumos da política nacional do sangue na década de 1980 até nossos dias. (Santos; Moraes; Coelho, 1992, p. 109).

De acordo com Santos; Moraes; Coelho (1992), ao longo de quase um século de evolução das reformas sanitárias no Brasil, o surgimento da AIDS transfusional foi tão impactante e influente quanto qualquer outro evento. Esse momento foi marcado por uma notável permeabilidade da política estatal às pressões da sociedade.

A disseminação do vírus HIV por meio de transfusões sanguíneas desencadeou um amplo movimento de preocupação e ação na sociedade, estimulando uma mobilização significativa para aprimorar os serviços relacionados ao sangue. Esse movimento, impulsionado pela ameaça da AIDS transmitida por transfusões, desempenhou um papel crucial na formulação das políticas nacionais de sangue, abrangendo desde a década de 1980 até os dias atuais. A preocupação com a transmissão potencial do HIV através do sangue doado teve impactos profundos nas políticas de saúde pública relacionadas à hemoterapia, influenciando fortemente sua trajetória (VIII Conferência Nacional de Saúde, 1986).

Como descreve Rosemary Almeida de Oliveira Teixeira<sup>2</sup> (2005), "a Aids transfusional desencadeou ações imediatas na sociedade, bem como no setor saúde". Essa infecção, decorrente de transfusões de sangue contaminado com o HIV, não apenas gerou apreensão generalizada, mas também motivou um clamor por mudanças no sistema de hemoterapia. Sob essa pressão social, as políticas públicas de saúde relacionadas ao sangue passaram por uma reorientação fundamental. Essa transformação foi notável, conduzindo a adaptações e aprimoramentos cruciais no sistema de hemoterapia. Medidas rigorosas de triagem foram introduzidas para identificar potenciais portadores do HIV e outras doenças transmitidas pelo sangue.

Essas práticas se mostraram eficazes na proteção dos doadores e receptores de sangue. As transformações descritas por Santos et al. (2003) destacam a implementação de triagens detalhadas como uma resposta apropriada e necessária a esse desafio. A conscientização sobre a necessidade de doações seguras e a ênfase na prevenção se tornaram pilares no enfrentamento da transmissão do HIV e de outras infecções por meio do sangue.

A disseminação do HIV estimulou a pesquisa e o desenvolvimento de novas tecnologias na área da hemoterapia, como observado por Loureiro e Bordin (2011). Essa expansão do conhecimento científico e tecnológico tem sido crucial para garantir que as práticas de doação, triagem e transfusão de sangue sejam seguras e confiáveis. Esse processo levou a avanços na conscientização sobre a importância da doação de sangue segura e promoveu inovações tecnológicas, com o objetivo de prevenir futuras infecções transmitidas pelo sangue e garantir a segurança de doadores e receptores.

---

<sup>2</sup> Assistente Social e Especialista em Serviço Social, Saúde Pública, recursos Humanos e Gestão de Hemocentros. Gestora do Departamento de Apoio Técnico, responsável pela execução da política de captação de doadores de sangue e medula óssea da Hemorrede Pública do Rio Grande do Norte (em 2005).

No cenário da saúde pública brasileira, destacou-se o sociólogo e defensor dos direitos humanos Hebert de Sousa, amplamente conhecido como Betinho. Sua notoriedade foi forjada a partir de seu compromisso em salvaguardar a integridade do suprimento sanguíneo no país. Betinho, cuja condição de hemofilia frequentemente o submetia a transfusões sanguíneas, contraiu o HIV por meio de uma dessas transfusões, um trágico desdobramento que catalisou seu engajamento na luta pela implementação de medidas de segurança mais rigorosas. Betinho permaneceu engajado em sua missão até seu falecimento em 1997 (Teixeira, 2005).

O impacto gerado por Betinho e o trabalho da Assembleia Nacional Constituinte foi de suma relevância no redirecionamento das políticas de segurança sanguínea no Brasil. A pressão exercida por esses agentes foi crucial na condução de mudanças. O Ministério da Saúde, sob a influência desse movimento, foi compelido a adotar ações severas, incluindo a obrigatoriedade de testes para detecção de patógenos sanguíneos e a proibição da remuneração de doadores. Tais regulamentações desempenharam um papel fundamental na garantia da segurança das transfusões sanguíneas no Brasil (Santos et al., 2003).

Todos aqueles ligados ao setor têm consciência de que os problemas existem desde longa data, e que as doenças antes já transmitidas, como a hepatite B e doença de Chagas, podem ser mortais a longo prazo. Mas a Aids veio criar uma situação-limite, fazendo com que os problemas do sangue despertassem o interesse público, passando a figurar nas primeiras páginas dos jornais (Santos; Moraes; Coelho, 1992, s.p).

Como desdobramento dessas medidas, o panorama das transfusões sanguíneas no país sofreu uma transformação substancial. As reformulações instituídas pelo Ministério da Saúde resultaram em um ambiente notavelmente mais seguro e confiável para os pacientes que dependiam desses procedimentos (Loureiro; Bordin, 2011). A implementação de práticas de triagem criteriosa e a proibição da doação remunerada emergiram como elementos-chave na preservação da qualidade do suprimento sanguíneo e na prevenção de infecções, incluindo o HIV.

O legado de Betinho e sua batalha pelos direitos humanos e pela segurança do sangue influenciam a capacidade de um indivíduo moldar a sociedade. Seu ativismo exerceu um impacto significativo na melhoria das políticas de saúde no Brasil e na garantia da vida e bem-estar daqueles que dependem de transfusões sanguíneas para sobreviver (Almeida, 2005; Santos et al., 2003).

Betinho destacou a necessidade de união e trabalho conjunto para transformar ideias em realizações concretas. Quando compartilhamos essas ideias com outros e nos engajamos em atividades conjuntas, essas visões começam a se concretizar, adquirindo o potencial para se materializar na realidade.

Nos últimos trinta anos, ocorreu uma transformação substancial na hemoterapia brasileira, objetivando disponibilizar, de forma segura e com qualidade, um produto sanguíneo que atenda às necessidades da população. A Hemorrede Pública Brasileira, no cumprimento de sua missão de fornecer sangue de maneira segura e sustentável, concentra-se em assegurar um suprimento constante de sangue, proveniente de doadores regulares, saudáveis, e que o fazem por altruísmo.

Todo o processo, desde a coleta até a distribuição do sangue e seus componentes, é conduzido de acordo com padrões técnicos minuciosos para garantir a qualidade e a segurança do produto final (Brasil, 2015). A conscientização da população quanto à importância e à necessidade da doação de sangue representa um aspecto de destaque nas ações da hemoterapia no Brasil. A tecnologia também desempenhou um papel considerável nos avanços na hemoterapia brasileira. Equipamentos e técnicas têm possibilitado uma melhor seleção e processamento do sangue, aumentando a segurança do produto final e reduzindo os riscos de contaminação. Pimentel afirma que:

Independente dos avanços tecnológicos que levam à reformulação de processos definidos inclusos na Política Nacional de Sangue, à disposição dos gestores do processo, haverá sempre a necessidade de um realinhamento de propostas e metas. É válido afirmar que a garantia da disponibilidade, segurança e qualidade, mediante a explicitação das intenções do Governo para essa área, conta com a participação da sociedade civil (Pimentel, 2006, p. 79).

É crucial reconhecer que, independentemente do progresso, a aliança de propostas e metas permanece uma necessidade perene nesta paisagem. Dentro desse cenário, a segurança, a disponibilidade e a qualidade são elementos de um território compartilhado, onde a sociedade civil desempenha um papel fundamental.

No contexto da doação de sangue, a busca por estratégias efetivas para a captação de doadores é uma peça-chave no quebra-cabeça da saúde pública. O desafio de mobilizar indivíduos para participarem ativamente deste ato de cidadania solidária enfrenta uma dinâmica em constante evolução, influenciada por fatores socioculturais, avanços

tecnológicos e a interação entre os elementos motivacionais e os valores da sociedade contemporânea.

O setor de captação no hemocentro é uma área responsável por coordenar e executar atividades relacionadas à atração e mobilização de doadores de sangue. Através da comunicação, ele expressa seus valores, princípios e filosofia, que guiam suas ações, estratégias e projetos. Sua principal missão é garantir um suprimento adequado de sangue para atender às demandas dos hospitais e pacientes que necessitam de transfusões sanguíneas. Para atrair doadores, é essencial fundamentar as estratégias em um sólido corpo teórico, respaldando cada ação com argumentos convincentes e respeitando toda a sociedade em cada região do país (Freitas, 2016).

Conhecer o perfil do doador e desenvolver políticas baseadas em crenças, tradição e costumes locais, são abordagens adotadas no Brasil, como se lê no tópico “atenção às realidades locais” do Manual de orientações, o qual frisa que não deve ser esquecido que cada região do país tem suas peculiaridades – físicas, ambientais, socioeconômicas, educacionais, políticas e religiosas e que merecem a devida diferenciação durante o desenvolvimento de ações voltadas para captação de doadores (Freitas, 2016, p.38).

Além dos aspectos humanos, sociológicos e antropológicos, é imprescindível respeitar as leis que regem a hemoterapia, pautadas na Política Nacional de Sangue e Hemoderivados. Segundo a Portaria de Consolidação nº 1, de 28 de setembro de 2017, que dispõe sobre a consolidação das normas sobre o financiamento e a transferência dos recursos federais para as ações e os serviços de saúde do Sistema Único de Saúde, o setor de captação desempenha um papel estratégico na coleta e mobilização de doadores de sangue. Ele é responsável por planejar e executar campanhas de conscientização, divulgação e mobilização para a doação de sangue, a fim de garantir a disponibilidade de sangue seguro e adequado para atender às necessidades dos pacientes.

Para alcançar esse objetivo, o setor de captação utiliza diversas estratégias, como a realização de eventos de doação de sangue em parceria com empresas e instituições, o uso de mídias e redes sociais para ampliar o alcance das mensagens sobre a importância da doação e a fidelização dos doadores regulares. A equipe também realiza triagens e entrevistas com potenciais doadores, garantindo que eles atendam aos critérios de elegibilidade para doação e que o sangue coletado seja seguro e livre de doenças transmissíveis.

A doação de sangue não faz parte do cotidiano da maioria da população brasileira e, por isso, a inserção da ideia/ação de doar sangue é um processo lento, que necessita de estratégias educativas de captação – processo em que planejamento, execução e monitoramento e avaliação são etapas imprescindíveis ao seu bom desenvolvimento. Pesquisas têm mostrado que estratégias educativas contribuem para tornar a doação de sangue parte de hábitos e valores da população brasileira (Ludwig, 2005; Rodrigues, 2011).

Tanto Rodrigues quanto Ludwig destacam que a doação de sangue não é uma prática comum na rotina da maioria dos brasileiros, o que torna necessário o uso de estratégias educativas para promover a ideia e a ação de doar sangue. Essas estratégias são importantes para sensibilizar a população e tornar a doação de sangue parte dos hábitos e valores da sociedade brasileira. Eles mencionam que o processo de captação de doadores é um processo lento, que requer planejamento, execução, monitoramento e avaliação para garantir seu bom desenvolvimento.

De acordo com a Biblioteca Virtual em Saúde do Ministério da Saúde, o cenário atual do país conta com apenas 1,8% da população como doadora de sangue, o que exige esforços conjuntos dos hemocentros públicos e dos bancos de sangue privados. O sucesso desse trabalho depende, principalmente, de profissionais captadores engajados em sua missão. Esses profissionais buscam aprimoramento contínuo, estudando e pesquisando novas estratégias com o objetivo de fortalecer uma cultura solidária de doação voluntária de sangue, promovendo a saúde e o bem-estar da comunidade e mobilizando a sociedade para essa ação (Ministério da Saúde, 2018).

Apesar dos avanços significativos na prática da doação de sangue ao longo da história, é fundamental adotar uma abordagem crítica que vá além da simples descrição dos eventos e realizações. A questão central reside em problematizar o papel desempenhado pelas instituições envolvidas, como os governos e os hemocentros, bem como a participação da população civil no sistema de doação de sangue.

Primeiramente, é essencial investigar até que ponto as políticas públicas e a atuação governamental têm sido efetivas na criação de um sistema de doação de sangue seguro e acessível. Os desafios observados durante a epidemia de AIDS, por exemplo, revelam lacunas significativas nas estratégias de controle e prevenção, evidenciando a necessidade de uma avaliação crítica sobre a responsabilidade dos gestores públicos na implementação de medidas adequadas e na resposta a crises sanitárias.

Além disso, o papel dos hemocentros merece uma análise crítica. Apesar de terem sido pioneiros na implementação de protocolos de segurança, é crucial avaliar se esses centros têm

conseguido acompanhar as demandas emergentes, como o aumento da necessidade de sangue e a eficiência na captação e mobilização de doadores. A questão é se os hemocentros estão suficientemente equipados e preparados para lidar com as variações na oferta e demanda, e se estão adotando práticas que assegurem não apenas a segurança, mas também a equidade no acesso ao sangue.

A participação da população civil também é um ponto crucial de reflexão. Embora campanhas de conscientização sejam essenciais para promover a doação de sangue, é necessário questionar a eficácia dessas campanhas em motivar um engajamento contínuo e regular. A adesão à doação altruísta pode ser afetada por fatores como desinformação, falta de incentivo ou até mesmo desconfiança nas instituições responsáveis pela coleta e distribuição do sangue.

Neste contexto, conhecer a trajetória histórica da doação de sangue permite entender a evolução desse processo, destacando os avanços tecnológicos e metodológicos, a influência das políticas de saúde pública, e os aspectos culturais e sociais envolvidos. Essa compreensão revela não apenas os progressos realizados, mas também os desafios superados ao longo do tempo.

O estudo da história da doação de sangue oferece insights sobre como as práticas e políticas foram moldadas por diferentes contextos sociais e políticos. Os avanços tecnológicos, como o desenvolvimento de métodos de triagem e a introdução de anticoagulantes eficazes, têm desempenhado um papel crucial na melhoria da segurança e eficácia das transfusões. Além disso, as políticas de saúde pública, especialmente aquelas relacionadas à regulamentação da doação e transfusão de sangue, têm sido fundamentais para garantir a qualidade e a segurança do suprimento sanguíneo.

Os aspectos culturais e sociais também têm uma influência significativa sobre as práticas de doação de sangue. A forma como a sociedade percebe a doação, a importância atribuída a ela e as campanhas de conscientização desempenham um papel vital na mobilização de doadores. O entendimento desses aspectos permite uma análise mais profunda das práticas educativas relacionadas à doação de sangue e como essas práticas evoluíram ao longo do tempo.

Por fim, ao integrar esse conhecimento aos Estudos Culturais e Educação, é possível explorar os desdobramentos das materializações culturais, sociais e políticas sobre as práticas de doação. Essa perspectiva pode proporcionar? Uma visão abrangente da evolução das

práticas educativas, das políticas de saúde pública e dos desafios éticos envolvidos, revelando como a doação de sangue foi abordada e transformada ao longo dos anos.

## 2. OS ESTUDOS CULTURAIS E AS PRODUÇÕES MIDIÁTICAS

Os Estudos Culturais são de extrema relevância na análise das práticas culturais e das relações de poder, oferecendo um quadro teórico e metodológico que permite compreender a cultura não como um conjunto estático de obras ou artefatos, mas como um processo dinâmico e um conjunto de práticas sociais. Essa abordagem destaca a natureza contestada e negociada do significado cultural, reconhecendo que a cultura é um campo de luta pelo significado, onde diferentes grupos e indivíduos exercem poder e resistência.

Silva (2000, p. 55-56) define “a cultura como campo de luta em torno do significado e a teoria como campo de intervenção política.” Assim, os Estudos Culturais buscam compreender como as práticas culturais estão ligadas às relações de poder e como essas relações podem ser desafiadas ou transformadas por meio da teoria e da crítica.

Ao considerar a cultura como um campo de luta, os Estudos Culturais permitem a identificação e análise de como as práticas culturais estão imbricadas em relações de poder. Esses estudos investigam como tais práticas podem tanto perpetuar quanto desafiar estruturas de dominação e como os significados são construídos e disputados. Isso envolve a desconstrução de categorias e práticas naturalizadas, questionando metanarrativas e conceitos muitas vezes considerados universais e imutáveis (Canclini, 2002).

Para alcançar essa compreensão, os Estudos Culturais adotam uma variedade de abordagens investigativas, como análises discursivas, etnografias pós-modernas e análises culturais. Essas abordagens permitem uma compreensão mais rica e multifacetada das práticas culturais, identificando as formas pelas quais a cultura é produzida, circulada e consumida. Elas também revelam como a cultura afeta e é afetada pelas identidades sociais, relações de poder e instituições (Silva, 2014).

Os Estudos Culturais são fundamentais para entender a cultura como uma atividade participativa e prática, onde significados são constantemente criados e recriados, e onde as relações de poder estão intrinsecamente ligadas à produção e circulação de significados culturais. Isso possibilita uma análise crítica que pode revelar dinâmicas de poder subjacentes e oferecer caminhos para intervenção política e social (Hall, 2016).

No cerne dos Estudos Culturais está a ideia de que a cultura não é um conjunto de produtos ou práticas isoladas, mas sim um processo dinâmico de significação e contestação que molda e é moldado pelas interações sociais.

Os Estudos Culturais oferecem uma abordagem valiosa para compreender as práticas culturais contemporâneas, especialmente no contexto da educação. Ao reconhecer a cultura como um processo dinâmico, os pesquisadores podem investigar como os significados são negociados e contestados em diversos contextos sociais. Segundo Bonin (2020), essa perspectiva é crucial para uma análise crítica das representações culturais, permitindo uma compreensão mais profunda de como identidades e ideologias são construídas e disseminadas.

Essa visão é particularmente relevante para a análise de imagens em campanhas publicitárias, como as de doação de sangue, que é o foco central deste estudo. Ao investigar como essas imagens são produzidas e veiculadas, podemos revelar as dinâmicas de poder e os discursos subjacentes que influenciam a percepção pública sobre a doação de sangue.

A relação entre educação e mídia é um ponto-chave dentro dos Estudos Culturais. A mídia desempenha um papel significativo na formação de identidades, valores e visões de mundo, moldando não apenas o que pensamos, mas também como pensamos sobre questões sociais, políticas e culturais. Programas de televisão, filmes, música, publicidade e redes sociais transmitem narrativas que refletem e moldam as normas e valores de uma sociedade (Heinsfeld; Pischetola, 2017).

Segundo as autoras citadas acima, a educação desempenha um papel crucial na mediação do impacto da mídia sobre os indivíduos. As instituições educacionais enfrentam o desafio de desenvolver habilidades críticas nos alunos, capacitando-os a analisar, questionar e interpretar as mensagens midiáticas de maneira consciente e reflexiva. Ao mesmo tempo, a mídia é incorporada aos processos educacionais como uma ferramenta pedagógica poderosa, capaz de complementar e enriquecer a aprendizagem em sala de aula.

Utilizando artefatos midiáticos como televisão, cinema, games, revistas, brinquedos, música e desenhos animados, os professores, nas palavras de Giroux (2011, apud Rosa, 2016, p. 36), promovem uma transformação nas metodologias de ensino. Giroux descreve essas práticas como "máquinas de ensinar", que possibilitam uma abordagem mais dinâmica e interativa da educação.

Costa, Bonin e Wortmann (2016) argumentam que a relação entre educação e mídia não é apenas unidirecional. Assim como a mídia influencia a educação, a educação também influencia a forma como a mídia é produzida, consumida e interpretada. Professores, estudantes e outros agentes educacionais têm o poder de questionar as representações midiáticas dominantes, promover a diversidade de perspectivas e estimular um engajamento crítico com a mídia.

Para essas autoras, a relação entre educação, mídia e Estudos Culturais é complexa e multifacetada. Ela representa um campo fértil para a análise das dinâmicas culturais, sociais e políticas que permeiam as sociedades contemporâneas, destacando a importância de uma abordagem interdisciplinar e crítica para compreender e transformar as práticas culturais e educacionais em um mundo cada vez mais atravessado pela mídia.

A mídia, em suas diversas formas e plataformas, exerce uma poderosa influência na formação de identidades, valores e visões de mundo.

A influência da mídia na formação de identidades, valores e visões de mundo é um fenômeno amplamente reconhecido e estudado. Em um mundo cada vez mais conectado e mediado pela tecnologia, a mídia exerce uma influência universal sobre indivíduos de todas as idades, moldando suas percepções e comportamentos desde a infância até a idade adulta.

Desde os primeiros anos de vida, as crianças são expostas a uma vasta gama de conteúdos midiáticos, que vão desde desenhos animados e programas infantis até anúncios publicitários e conteúdo online. Essa exposição constante e diversificada contribui significativamente para a construção das percepções das crianças sobre si mesmas, sobre os outros e sobre o mundo ao seu redor (Wortmann; Costa; Silveira, 2015).

Para Momo (2014), a mídia exerce uma influência significativa na forma como as crianças percebem e compreendem questões sociais e políticas, abordando temas como pobreza, violência, diversidade e meio ambiente. Através de programas de televisão, filmes, noticiários, redes sociais e outras plataformas, as narrativas midiáticas moldam as percepções das crianças sobre essas questões, influenciando suas atitudes, valores e comportamentos.

A diversidade é outro tema importante abordado pela mídia, e suas representações podem ter um impacto significativo nas atitudes das crianças em relação à inclusão e ao respeito pela diferença. Segundo Wortmann, Santos e Ripoll (2019), a mídia pode promover a aceitação e valorização da diversidade étnica, racial, cultural, de gênero e de orientação sexual ao apresentar uma variedade de personagens, histórias e perspectivas. Contudo, representações estereotipadas, discriminatórias ou até mesmo a ausência dessas representações podem reforçar preconceitos, além de promover a exclusão social entre as crianças.

É importante que os produtores de conteúdo e os responsáveis pela mídia considerem a responsabilidade social e ética de suas narrativas, promovendo representações mais diversas, inclusivas e responsáveis que contribuam para o desenvolvimento saudável e consciente das crianças e da sociedade como um todo.

“Os Estudos Culturais fornecem um arcabouço teórico valioso para essa abordagem educacional, ao destacar a importância de se compreender a mídia como uma arena de luta simbólica, onde diferentes grupos sociais disputam representações e significados” (Silva; Hall; Woodward, 2014, p. 57).

Além disso, as instituições educacionais podem promover a produção de mídia pelos alunos, incentivando-os a criar seus próprios conteúdos e a se envolver de forma ativa na construção de significados e narrativas. Isso não apenas fortalece as habilidades criativas e de expressão dos alunos, mas também os capacita a se tornarem produtores de mídia responsáveis e éticos em uma sociedade cada vez mais mediada pela tecnologia. É necessário?

A educação deve participar da mediação do impacto da mídia sobre os indivíduos, capacitando os alunos a se tornarem consumidores críticos e participantes ativos na cultura midiática. Os Estudos Culturais fornecem um quadro teórico para essa abordagem, destacando a importância da reflexão e da compreensão das dinâmicas de poder e significado na mídia contemporânea. Por meio dos Estudos Culturais, os alunos podem explorar as dimensões políticas, sociais e culturais da mídia, questionando quem produz as mensagens midiáticas, com que propósitos e com que impacto sobre as audiências.

Ao adotar uma abordagem informada pelos Estudos Culturais, as instituições educacionais podem capacitar os alunos a se tornarem consumidores críticos e participantes ativos na cultura midiática. Isso envolve não apenas a análise de conteúdos midiáticos, mas também a reflexão sobre questões mais amplas relacionadas ao poder, à representação, à identidade e à diversidade na mídia (Silva; Hall; Woodward, 2014, p. 57).

Ao integrar a mídia ao currículo educacional, os educadores podem criar experiências de aprendizagem mais engajadoras e relevantes, conectando os conteúdos acadêmicos aos interesses e experiências dos alunos. Como afirma Ziviani, “a comunicação dar-se-á justamente na interação entre os textos que nos convocamos e o posicionamento que tomamos” (Ziviani, 2017, p. 26).

A mídia pode ser uma ferramenta poderosa para enriquecer o processo de ensino e aprendizagem, desde que seja utilizada de forma crítica e reflexiva. A relação entre educação, mídia e Estudos Culturais é complexa. Enquanto a mídia exerce uma influência significativa na formação das identidades e na disseminação de valores culturais, a educação é fundamental

na mediação desse processo, capacitando os indivíduos a se engajarem de forma crítica e reflexiva com as mensagens midiáticas (Castells, 2018).

Os Estudos Culturais destacam-se por sua recusa às metanarrativas e ao pensamento coeso, coerente, estável e duradouro, adotando, em vez disso, um “pensamento sem garantias” que busca entender a complexidade das conjunturas culturais para gerar intervenções políticas, sem se estruturar em princípios fixos que possam encerrar a realidade (Costa; Wortmann; Bonin, 2016, p. 527).

Ao incorporar os princípios e abordagens dos Estudos Culturais no contexto educacional, os educadores podem capacitar os alunos a desenvolver uma visão crítica e informada da mídia, permitindo-lhes reconhecer e resistir às formas de dominação e controle presentes nas produções midiáticas. Isso não apenas fortalece a capacidade dos alunos de se engajarem de forma consciente na cultura midiática, mas também os capacita a se tornarem agentes ativos na construção de uma cultura midiática mais inclusiva, democrática e responsável.

Por meio de reportagens, editoriais, debates e programas de análise, a mídia influencia a maneira como as pessoas percebem e interpretam questões políticas, sociais e culturais. Ela molda a agenda pública, destacando certos temas em detrimento de outros e influenciando a atenção e o interesse do público em relação a determinados assuntos (Sacramento; Santos, 2020).

A mídia desempenha um papel central na disseminação de informações. Como uma das principais fontes de notícias e entretenimento, a mídia informa e educa o público sobre eventos, desenvolvimentos e tendências em todo o mundo. Ela conecta as pessoas a acontecimentos locais e globais, permitindo que saibam o que está acontecendo ao seu redor e fornecendo contextos e análises para ajudar a entender esses eventos, sendo fundamental na construção de identidades culturais (Martino, 2016).

A relação entre os Estudos Culturais e as mídias é fundamental, pois estas são vistas como instâncias produtoras, veiculadoras e reguladoras de significados, valores e gostos nas sociedades contemporâneas. As mídias estabelecem normas e convenções que legitimam certas posições de sujeito e participam na construção de entendimentos sobre nós mesmos e sobre o mundo ao nosso redor. Essa conexão é importante porque a mídia, por meio de suas imagens, sons e espetáculos, ajuda a moldar o tecido da vida cotidiana, influenciando o tempo de lazer, opiniões políticas, comportamentos sociais e a construção da identidade individual e coletiva. A mídia fornece modelos de como ser homem ou mulher, bem-sucedido ou

fracassado, poderoso ou impotente, além de oferecer materiais com os quais as pessoas constroem seu senso de classe, etnia, raça, nacionalidade e sexualidade (Giroux, 2001).

A importância dessa conexão reside na capacidade da mídia de influenciar e até mesmo determinar o que é considerado bom ou mau, positivo ou negativo, moral ou imoral na sociedade. Os Estudos Culturais buscam compreender e intervir nesse processo, promovendo uma leitura crítica das pedagogias culturais midiáticas. Esse enfoque é essencial para aumentar a autonomia dos indivíduos e seu poder sobre o meio cultural. Em uma cultura amplamente dominada pela mídia, a alfabetização midiática torna-se crucial para aprender a entender, interpretar e criticar os significados e mensagens veiculados, promovendo uma participação mais informada e reflexiva na sociedade.

No entanto, é importante reconhecer que a influência da mídia não é unidirecional. Portanto, é fundamental adotar uma abordagem crítica ao consumo de mídia, questionando as mensagens e narrativas veiculadas e buscando fontes de informação diversas e confiáveis. De acordo com Martins (2015), ao reconhecer o poder e a influência da mídia, podemos desenvolver uma compreensão mais informada e crítica das mensagens midiáticas e de seu impacto na sociedade.

## **2.1. Educação, Estudos Culturais e Pedagogias Culturais**

A interseção entre educação, Estudos Culturais e pedagogias culturais oferece uma perspectiva rica e multifacetada para a análise da prática educacional e da formação crítica dos alunos. Esses campos, ao interagirem, possibilitam uma compreensão mais profunda das dinâmicas culturais e sociais que influenciam a educação e a mídia.

Giroux (2001) discute como os Estudos Culturais podem ser aplicados nas faculdades de educação para transformar a prática pedagógica. Ele argumenta que a educação não deve ser vista apenas como um processo de transmissão de conhecimento, mas como um campo de análise crítica das estruturas sociais e culturais que moldam o pensamento e o comportamento dos alunos. De acordo com Giroux (2001), é essencial que os educadores integrem uma abordagem crítica que permita aos alunos examinar e questionar as narrativas e práticas culturais dominantes. Isso é particularmente relevante em um mundo onde a mídia desempenha um papel central na construção de significados e na formação de identidades.

A formação de nossas identidades e subjetividades, bem como os processos de relações que estabelecemos com o mundo social e natural, se dão cada vez mais para além dos muros escolares. Tal constatação remete à consideração da importância de se promoverem

discussões sobre “estratégias” ou talvez sobre uma pedagogia que possa lidar de outra forma com as novas perspectivas e as novas tecnologias multimídia de aquisição de saberes sobre o mundo (Amaral, 2000, p. 149).

A autora acima aborda a transformação no processo de formação da identidade e subjetividade dos indivíduos, enfatizando que essa construção não se limita mais ao ambiente escolar. O desenvolvimento pessoal e social dos indivíduos está sendo influenciado por uma variedade crescente de contextos e experiências fora da escola, o que sugere que a escola, embora ainda desempenhe um papel importante, não é o único espaço onde ocorre o aprendizado e a formação da identidade.

Costa (2000) enfatiza a necessidade de entender as representações culturais na mídia e seu impacto na educação. Ela sugere que a mídia não apenas reflete a realidade, mas também a constrói, moldando as percepções e atitudes das pessoas. Portanto, é crucial que educadores e alunos desenvolvam habilidades críticas para analisar e interpretar as mensagens midiáticas, o que pode incluir a análise de programas de televisão, filmes, literatura e outras formas de mídia que influenciam a cultura popular e a educação.

Dias e Borges (2015) discutem a televisão contemporânea e sua capacidade de moldar comportamentos e atitudes sociais. Eles argumentam que a televisão, como uma das principais formas de mídia de massa, tem o potencial de influenciar significativamente a educação e a cultura. Programas de televisão podem ser ferramentas eficazes para educar as pessoas sobre diversos temas, incluindo questões sociais e culturais. No entanto, é crucial que os educadores ajudem os alunos a desenvolver uma compreensão crítica dessas representações, promovendo uma análise reflexiva das mensagens transmitidas pela mídia.

No contexto contemporâneo, os meios de comunicação desempenham um papel crucial na formação cultural e educacional da sociedade. Tradicionalmente, a escola e a família foram reconhecidas como as principais instituições responsáveis pela educação dos jovens. No entanto, nos últimos anos, a televisão brasileira tem assumido uma posição proeminente como um agente cultural que vai além de simplesmente informar e entreter. A autora comenta que:

Os meios de comunicação reconhecem explicitamente a escola e a família como os lugares tradicionais de educação dos mais jovens. No entanto nos últimos anos pode-se dizer que a TV brasileira tem se apresentado como uma instância da cultura que deseja oferecer mais do que informações, lazer e entretenimento. Campanhas como a dos voluntários da educação, por exemplo, ocupam largos espaços na TV – aliás, campanhas que operam com significados que as qualificam acima do bem e do

mal, como se nada nelas fosse passível de crítica e, por isso mesmo, interpelam tão eficazmente a população, assim convocada a atos de generosidade, mostrados por si mesmos como “positivos”. (Fischer, 2001, p. 18).

Entende-se que a televisão brasileira não apenas transmite conteúdo, mas também tem a intenção de moldar atitudes e comportamentos ao apresentar iniciativas sociais de maneira idealizada e persuasiva, influenciando assim a percepção pública e a participação em questões sociais.

Para Ripoll (2012), a televisão e outros meios de comunicação desempenham um papel significativo na sociedade contemporânea. Ela argumenta que a televisão não é apenas uma forma de entretenimento, mas também uma ferramenta pedagógica poderosa. Ripoll contesta a visão tradicional que considera a TV como alienante ou "emburrecente", sugerindo que, na verdade, a televisão pode transmitir conhecimentos de maneira eficaz e envolvente, algo que, muitas vezes, os professores não conseguem fazer.

Ripoll (2012) também menciona que os livros didáticos, ao utilizarem uma "gramática do espetáculo", frequentemente transformam conceitos científicos em eventos extraordinários, o que pode contribuir para uma compreensão distorcida da ciência. Essa espetacularização, segundo ela, é um fenômeno que se retroalimenta, tornando difícil determinar se os textos didáticos influenciam a mídia ou vice-versa. Ripoll (2021) enfatiza a importância de estudar a televisão e outros meios de comunicação em conjunto com a educação, destacando que essa análise é essencial para os educadores no século XXI, pois pode enriquecer a prática docente e a formação de professores.

Ripoll (2012) explora como a formação de professores pode ser influenciada pela "bioforia" midiática, como no caso das células-tronco. Embora seu foco seja específico, as implicações de sua pesquisa são amplas, sugerindo que os professores devem estar cientes de como as representações midiáticas podem influenciar suas práticas pedagógicas e as percepções dos alunos. A autora defende uma abordagem crítica na formação de professores, capacitando-os a questionar e desafiar as narrativas midiáticas predominantes e a promover uma educação mais informada e reflexiva.

As pedagogias culturais, como um campo dentro dos Estudos Culturais, oferecem uma lente crítica para entender as dinâmicas culturais e sociais que influenciam a educação. Ao analisar as representações culturais na mídia, na literatura e nas práticas educacionais, os estudiosos podem identificar estereótipos, preconceitos e barreiras que impactam o processo

educativo (Lopes et al., 2021). Isso permite o desenvolvimento de estratégias mais eficazes para desafiar essas representações e promover uma educação mais inclusiva e equitativa.

A educação envolve o processo de transmissão dos valores que uma sociedade (ou determinados grupos sociais) elege como seus, que organizam, dão sentido e legitimidade a certos saberes em detrimento de outros, visando a produzir sujeitos que acolham esses mesmos saberes e os coloquem em prática para viver em sociedade (Costa; Andrade, 2015). O objetivo desse processo educativo é formar indivíduos que não apenas adquiram esses saberes, mas também os internalizem e os utilizem na prática para participar efetivamente da vida em comunidade.

A influência das imagens e da linguagem visual vai além do domínio tradicional da publicidade e do marketing. Elas têm o poder não apenas de vender produtos ou ideias, mas também de moldar percepções e convicções pessoais e coletivas.

Aquilo que tem sido relacionado comumente à publicidade e ao marketing (a capacidade de as imagens “venderem”, produtos, ideias e mesmo instituições) talvez possa ser pensando numa dimensão maior. Quando acabamos por consumir um tal produto ou a repetir uma informação ou opinião (a partir de uma conversa rotineira, da leitura de um livro ou de algo visto na TV), possivelmente de alguma forma fomos convencidos de algo, porque as imagens ou as coisas ditas, naquele lugar e através daqueles recursos de linguagem, fizeram sentido para nós, tocaram-nos em nossos desejos, sonhos, convicções políticas ou religiosas, faltas ou aspirações. Talvez simplesmente porque ali nos reconhecemos, nos sentimos representados e pudemos, num dado momento, conscientemente ou não, dizer: “Sim, é isso aí. É bem isso” (Fischer, 2001, p. 28-29).

A autora sugere que essas imagens não apenas vendem produtos ou ideias, mas também conseguem conectar-se emocionalmente com os indivíduos, tocando seus desejos, convicções políticas, religiosas, aspirações e até mesmo suas faltas ou inquietações pessoais. Ao se reconhecerem nas representações apresentadas, as pessoas podem ser persuadidas a adotar certos comportamentos, opiniões ou a consumir determinados produtos.

As reportagens jornalísticas também são importantes na sensibilização do público sobre a doação de sangue. Ao destacar histórias reais de pessoas que foram beneficiadas pela doação, os jornalistas podem gerar empatia e engajamento entre os espectadores. Além disso, essas reportagens fornecem informações úteis sobre como e onde doar sangue, esclarecendo dúvidas e dissipando mitos sobre o processo de doação (Gois, 2023).

A autora destaca que as reportagens jornalísticas desempenham um papel significativo na sensibilização do público sobre a doação de sangue. Ao relatar histórias reais de

beneficiários da doação, os jornalistas fomentam empatia e engajamento entre os espectadores. Além disso, essas reportagens oferecem informações práticas sobre o processo de doação, esclarecendo dúvidas e desmistificando conceitos errôneos sobre o tema.

É essencial que governos, organizações de saúde, instituições educacionais, mídia e comunidades trabalhem juntos para enfrentar esse desafio global e garantir um suprimento adequado de sangue para todos que precisam. As campanhas publicitárias são uma maneira eficaz de alcançar um grande público e transmitir mensagens claras sobre a importância da doação de sangue. Com o uso de imagens e slogans, essas campanhas podem destacar a necessidade constante de doadores e incentivar as pessoas a agir. Além disso, as campanhas podem destacar os benefícios pessoais da doação de sangue, como a sensação de realização por ajudar os outros e o potencial de salvar vidas (Silva et al., 2018, p. 17).

Os programas de televisão têm o potencial de alcançar um público amplo e diversificado, podendo ser uma ferramenta eficaz para educar as pessoas sobre a importância da doação de sangue. Por meio de entrevistas com especialistas em saúde, relatos de experiências de doadores e discussões sobre questões relacionadas à doação de sangue, esses programas podem fornecer informações e estimular ações positivas (Massirer, 2020).

As redes sociais também têm se tornado cada vez mais importantes na sensibilização do público sobre a doação de sangue. Por meio de posts, vídeos e campanhas virais em plataformas como Facebook, Instagram e TikTok, as organizações de saúde e grupos comunitários podem compartilhar informações sobre eventos de doação de sangue, histórias de doadores e atualizações sobre as necessidades da comunidade. A interação nas redes sociais também pode criar um senso de comunidade e solidariedade entre os doadores e incentivá-los a continuar doando regularmente.

Ao fornecer informações precisas e acessíveis sobre o processo de doação, os requisitos para ser um doador e os benefícios para a saúde pública, os programas educacionais também tendem a aumentar o conhecimento e a conscientização sobre a importância da doação de sangue. Os programas educacionais nas escolas desempenham um papel crucial na sensibilização dos jovens sobre a doação de sangue. Integrar informações sobre doação de sangue no currículo escolar permite que os alunos aprendam desde cedo sobre a importância desse ato solidário e os motivos pelos quais ele é necessário para salvar vidas (Jorge et al., 2023).

As escolas podem organizar palestras e workshops com profissionais de saúde e voluntários de bancos de sangue para fornecer informações mais detalhadas sobre o processo

de doação e esclarecer dúvidas dos alunos (Jorge et al., 2023). Palestras em comunidades também são uma maneira eficaz de educar as pessoas sobre a doação de sangue. Essas palestras podem ser realizadas em igrejas, centros comunitários, empresas e outros locais de encontro, alcançando uma ampla gama de pessoas e incentivando a participação ativa na doação de sangue. Ao fornecer informações claras e relevantes, essas ações podem ajudar a dissipar mitos e medos em torno do processo de doação e incentivar mais pessoas a se envolverem na causa (Souza; Martínez, 2020).

Os Estudos Culturais oferecem uma perspectiva crítica e reflexiva sobre a promoção da doação de sangue, destacando as dimensões sociais, culturais e políticas envolvidas nesse processo. Ao analisar as representações da doação de sangue na mídia, nas artes e na cultura popular, esses estudos podem identificar narrativas dominantes, estereótipos e discursos que influenciam as percepções das pessoas sobre a doação de sangue. Por exemplo, eles podem analisar como a doação de sangue é retratada em filmes, programas de televisão, músicas e outras formas de mídia, e como essas representações refletem e reproduzem certos valores, crenças e normas culturais.

Além disso, os Estudos Culturais podem destacar as dimensões políticas envolvidas na promoção da doação de sangue, incluindo questões de acesso igualitário aos serviços de saúde, justiça social e equidade. Eles podem examinar como políticas governamentais, práticas institucionais e estruturas de poder afetam a disponibilidade e o acesso à doação de sangue e como isso pode impactar diferentes grupos sociais de maneiras desiguais.

Os Estudos Culturais oferecem uma perspectiva crítica para compreender as interações entre educação, mídia e cultura. Ao analisar as representações culturais e midiáticas, os educadores podem desenvolver estratégias mais eficazes para promover uma educação crítica e reflexiva, capacitando os alunos a questionar e desafiar as normas e valores dominantes. As pedagogias culturais, como campo de estudo, destacam a importância de entender as dimensões sociais, culturais e políticas envolvidas na educação, promovendo uma abordagem mais inclusiva e equitativa.

Assim, é possível observar que a interseção entre mídia, educação, Estudos Culturais e as pedagogias culturais oferece ferramentas fundamentais para a análise crítica e a transformação das práticas pedagógicas. Ao incorporar essas perspectivas no ensino, os educadores podem não apenas enriquecer o conteúdo curricular, mas também fomentar um ambiente de aprendizado mais crítico e engajado, onde os alunos são incentivados a pensar de maneira independente e a questionar as estruturas de poder que influenciam suas vidas.

### 3. CAMINHOS METODOLÓGICOS PARA A INVESTIGAÇÃO MIDIÁTICA

O estudo que apresentamos nesta dissertação insere-se no campo da Educação. A pesquisa em Educação na atualidade reconhece a existência de múltiplas perspectivas e formas de entender o mundo, assim como diferentes modos de interpretá-lo. Os resultados obtidos são preliminares e provisórios, uma vez que a realidade assume diversas formas conforme os critérios de análise utilizados.

Para Corazza (2002), a escolha por uma abordagem ou por perspectivas teóricas possibilita encontrar formas de representar a realidade pelo viés escolhido. A concepção da dissertação evidenciada tem como ordenação a perspectiva qualitativa, que, de acordo com Gil (2002, p. 14), “[...] consiste em conhecer a natureza de determinado fenômeno de forma mais profunda, por meio da análise da interação de certas variáveis, compreensão e classificação de processos vividos por grupos sociais”.

Essa abordagem assume também a característica de não formular hipóteses a serem verificadas no início da investigação e de não se concentrar em dados estatísticos. O método utilizado baseia-se na análise cultural, que foca essencialmente no fortalecimento das produções e expressões culturais populares. Costa (2010) observa que a cultura em que estamos inseridos está em constante expansão, e os sinais do surgimento de novas formas culturais nos desafiam a compreender e elucidar os enigmas dos tempos modernos.

Nesse contexto, a análise cultural abrange diversas esferas da experiência humana e suas transformações, levando em conta o contexto e as especificidades contemporâneas. Esse novo enfoque sobre os modos de vida e pensamento visa fornecer ao pesquisador as ferramentas técnicas necessárias para realizar a investigação dos fenômenos culturais.

O foco da presente pesquisa centra-se em analisar o que emerge das campanhas publicitárias de doação de sangue se apoiando nos Estudos culturais e nas pedagogias culturais, por meio da análise de filmes, especificamente das peças publicitárias. Nesse sentido, entendemos que examinar uma peça publicitária é crucial, pois se trata de um artefato cultural (busque no terceiro parágrafo abaixo esse conceito para maior fluidez e compreensão do seu texto) amplamente disseminado na mídia e, portanto, na sociedade. No que se refere à metodologia, nosso principal objetivo é a análise das campanhas nacionais de doação de sangue.

Quando estudamos a mídia, é decisivo considerar a conjuntura histórica da qual fazem parte, que está de acordo com as atitudes da época em questão; contudo, é necessário ponderar também comportamentos que permanecem com o passar do tempo, bem como outros que foram perdidos ou transformados (Diniz, 2014, p. 14).

Neste contexto, ao refletirem e se conectarem à conjuntura histórica em que esses eventos ou comportamentos ocorrem, os meios de comunicação alinham-se às atitudes e valores predominantes da época. No entanto, é crucial reconhecer que alguns comportamentos permanecem constantes ao longo do tempo, enquanto outros podem se transformar ou desaparecer.

Podemos afirmar que o essencial não é tratar o artefato cultural como uma verdade incontestável; ao contrário, como aponta Diniz (2014, p. 16), “é necessário duvidar, pois ele é uma produção humana, uma relação de um fato, um recorte pessoal ou mesmo institucional de determinadas circunstâncias históricas”. Dessa forma, deve ser questionado e contextualizado.

A metodologia qualitativa utilizada nesta pesquisa é uma abordagem valiosa para investigar fenômenos complexos, tais como a análise das publicidades audiovisuais veiculadas na mídia brasileira e nas redes sociais. Há várias abordagens neste tipo de pesquisa, sendo algumas delas descritas abaixo:

- 1) Abordagem Exploratória e Descritiva: busca entender e descrever as características das publicidades audiovisuais veiculadas na televisão brasileira e nas redes sociais. Isso envolve a coleta de dados qualitativos que ajudam a explorar o objeto de estudo de maneira mais aprofundada, identificando padrões, tendências e peculiaridades.
- 2) Caráter Subjetivo: ao focar em aspectos subjetivos, a pesquisa reconhece a importância das percepções, interpretações e experiências individuais dos participantes. Isso permite uma análise mais rica e contextualizada das publicidades audiovisuais, levando em consideração as diferentes perspectivas e significados atribuídos pelos espectadores.

A presente pesquisa adota uma abordagem exploratória e descritiva, buscando entender e detalhar as características das publicidades audiovisuais sobre doação de sangue veiculadas na televisão. Ao focar em aspectos subjetivos, a pesquisa reconhece a importância das percepções, interpretações e experiências individuais dos espectadores, mas não se ocupará da análise de recepção e, sim, de uma análise rica e contextualizada das campanhas de doação de sangue veiculadas pelo Ministério da Saúde.

A metodologia qualitativa permitiu uma análise mais profunda e significativa das peças publicitárias, sejam elas audiovisuais ou cartazes. Nesse sentido, consideramos na análise explorar aspectos subjetivos, contextuais e interpretativos. Sendo assim, a pesquisa pode contribuir para uma compreensão mais completa do papel dessas publicidades na construção de significados e na formação de opinião na sociedade contemporânea.

A coleta de dados envolveu a seleção de publicidades audiovisuais e cartazes de campanhas nacionais de doação de sangue realizadas pelo Ministério da Saúde nos anos de 2015, 2017, 2020, 2021 e 2023. A escolha desses períodos ocorreu devido à disponibilidade e acessibilidade desses materiais no site do Ministério da Saúde, bem como em outras plataformas, como Google e YouTube. Foram analisadas sete campanhas nacionais diferentes, realizadas em quatro governos presidenciais distintos: o ano de 2015 corresponde ao governo da então presidenta Dilma Vana Rousseff; a campanha de 2017, do ex-presidente Michel Miguel Elias Temer Lulia; as campanhas de 2020 e 2021 ocorreram durante o governo do ex-presidente Jair Messias Bolsonaro; e a campanha de 2023 ocorreu durante a gestão do atual presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

Essa seleção permitiu uma análise abrangente e comparativa das diferentes abordagens e estratégias comunicativas adotadas em variados contextos políticos e sociais, observando-se como as campanhas se adaptaram às dinâmicas culturais ao longo dos anos.

Analisar campanhas nacionais de doação de sangue dentro dos Estudos Culturais e das pedagogias culturais envolve explorar como essas iniciativas comunicam valores, moldam percepções e influenciam comportamentos sociais por meio de elementos visuais e discursivos.

Em termos descritivos, as mídias constituem um intrincado conjunto de significados, veiculados por imagem, som, texto e uso criativo da câmera, dentre outros recursos, que difundem discursos e práticas, e, portanto, modelam a subjetividade (Risk; Santos, 2021). Assim, entende-se que as mídias (como televisão, internet etc.) são compostas por uma variedade de elementos (imagens, sons, textos, técnicas de câmera) que transmitem significados e influenciam ativamente como as pessoas percebem o mundo e constroem suas identidades pessoais. Em outras palavras, isso aponta para o poder das mídias em moldar a forma como pensamos e nos comportamos através dos discursos e práticas que promovem.

Neste contexto, as campanhas de doação de sangue utilizam elementos como cores, símbolos e composições visuais para criar apelos emocionais e persuasivos, visando engajar o público e promover a solidariedade.

Nas complexas sociedades do mundo globalizado, pedagogias são praticadas também por jornais, programas de TV, peças publicitárias, filmes, revistas, sites e inúmeros outros artefatos que atravessam a vida contemporânea (Costa; Andrade, 2015).

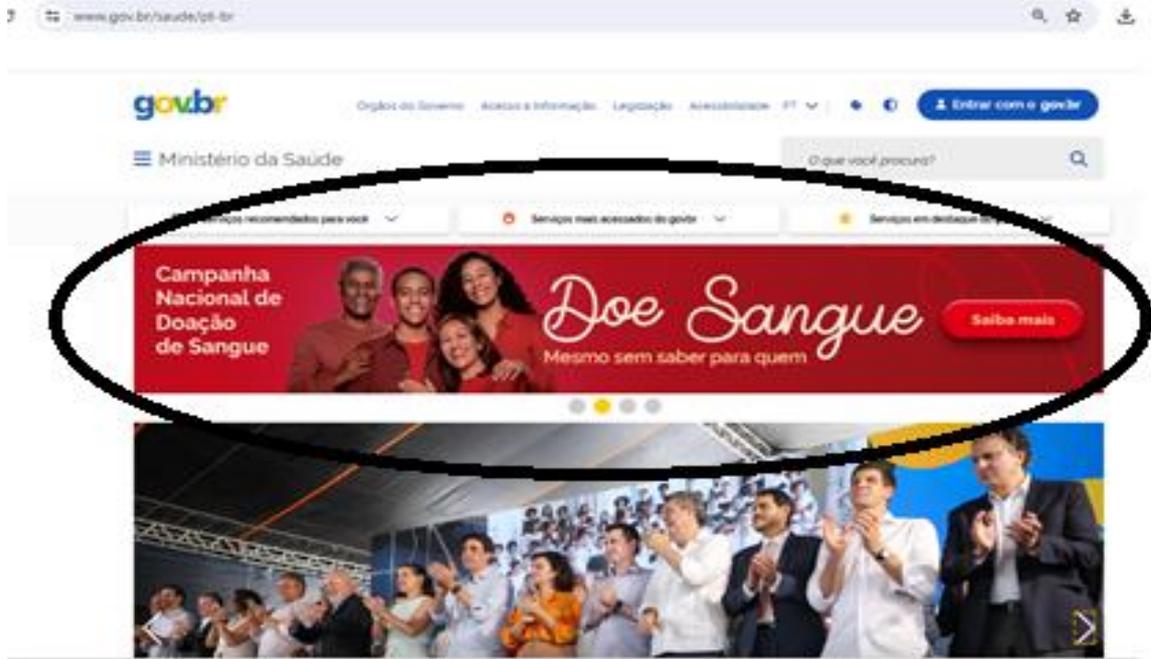
Costa e Andrade (2015, apud Giroux; McLaren, 1995, p. 144) afirmam que "existe pedagogia em qualquer lugar em que o conhecimento é produzido, em qualquer lugar em que existe a possibilidade de traduzir a experiência e construir verdades". Segundo eles, a pedagogia não se limita às práticas escolares, religiosas e familiares. Para Costa e Andrade (2015, apud Figueira, 2003, p. 15), as pedagogias de hoje ensinam "comportamentos, hábitos, valores e procedimentos considerados adequados, utilizando-se, para tanto, de diferentes artefatos culturais como o cinema, a televisão, as revistas, a literatura, a moda, a publicidade, a música".

Ao estudar as campanhas nacionais de doação de sangue sob as lentes teóricas dos Estudos Culturais em sua vertente educacional, com enfoque nas Pedagogias Culturais, podemos entender como essas iniciativas não apenas comunicam informações práticas, mas também contribuem para a formação de identidades coletivas, valores cívicos e práticas sociais que sustentam a saúde pública e o bem-estar comunitário.

É necessário abordar criticamente como essa capacidade persuasiva das imagens pode ser utilizada de maneira ética ou manipuladora. Exemplos específicos podem ser analisados, como o uso de imagens emocionalmente carregadas em campanhas de sensibilização social, que podem ser eficazes na mobilização de apoio para causas humanitárias, mas que também podem simplificar questões complexas ou apelar para emoções superficiais. É fundamental investigar não apenas o impacto das imagens e das mensagens visuais, mas também os processos pelos quais elas são produzidas, recebidas e interpretadas em diferentes contextos sociais. Isso permite compreender melhor como a comunicação visual influencia atitudes, comportamentos e construções identitárias na sociedade contemporânea.

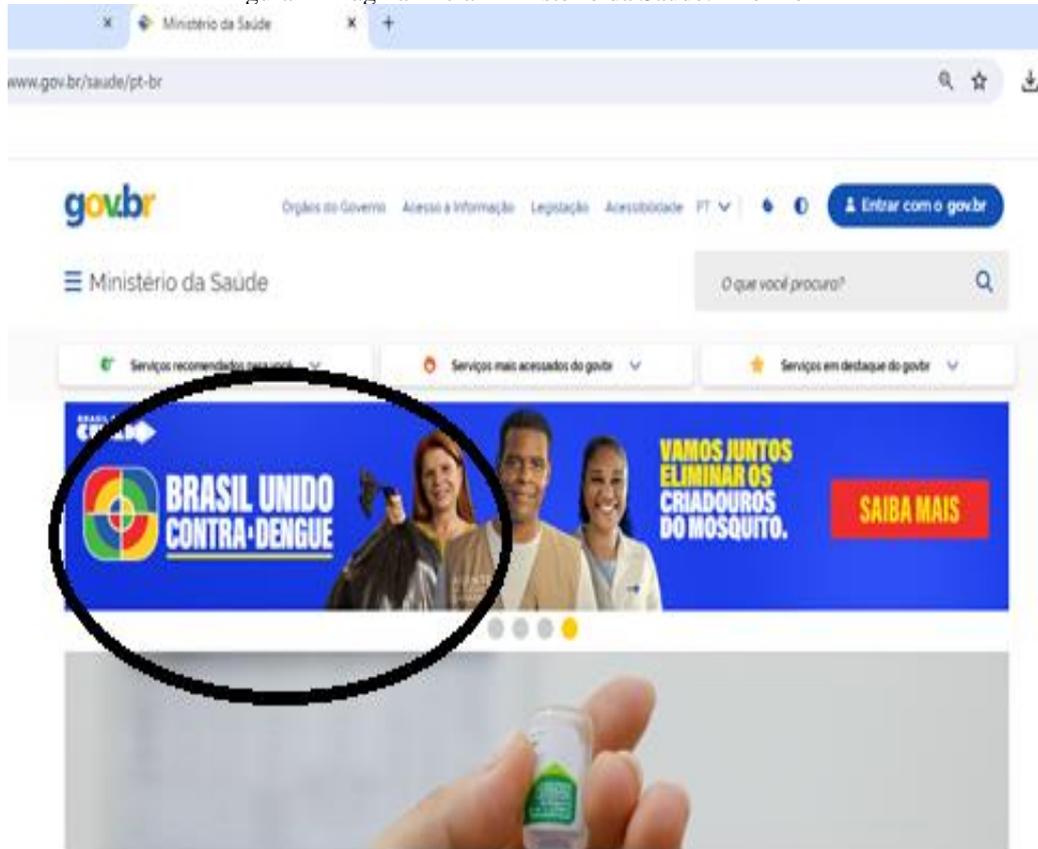
Para a coleta de dados, inicialmente nos debruçamos no site oficial do Ministério da Saúde (Portal Gov.), um meio de comunicação repleto de informações diversas em saúde: desde campanhas de imunização (como a do Zé Gotinha), combate à dengue, doação de sangue e diversas outras atividades. Essa diversidade pode ser observada nos diversos prints da tela do computador no site do Ministério (Figuras 1, 2 e 3).

Figura 1 - Página inicial Ministério da Saúde. Informe 2



Fonte: Site Ministério da Saúde. Marcação na cor preta feita pela autora

Figura 2 - Página inicial Ministério da Saúde. Informe 4



Fonte: Site Ministério da Saúde. Marcação na cor preta feita pela autora

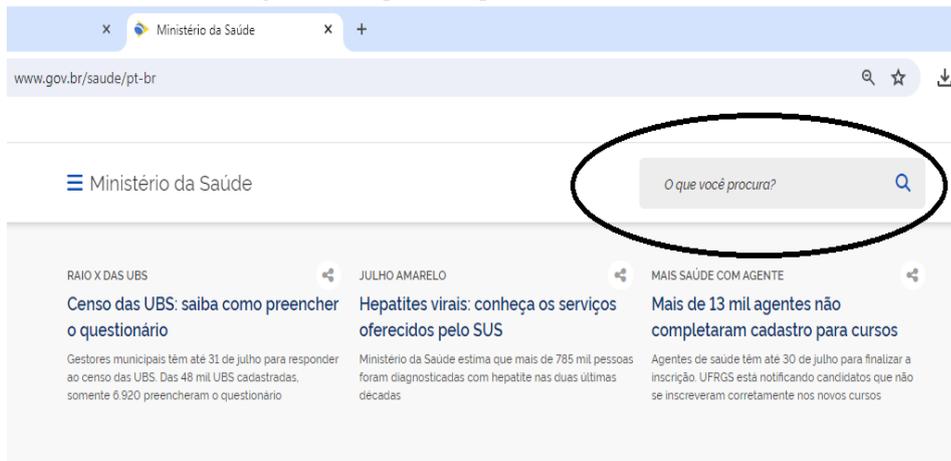
Figura 3 - Página inicial Ministério da Saúde. Informe 3



Fonte: Site Ministério da Saúde. Marcação na cor preta feita pela autora

Observamos que, na tela inicial, assim como nas demais telas do site, há um campo de busca com o ícone de uma lupa, que permite realizar pesquisas direcionadas. Esse campo de busca foi importante para nos direcionarmos às campanhas específicas de doação de sangue (ver Figura 4 - Aba de Busca).

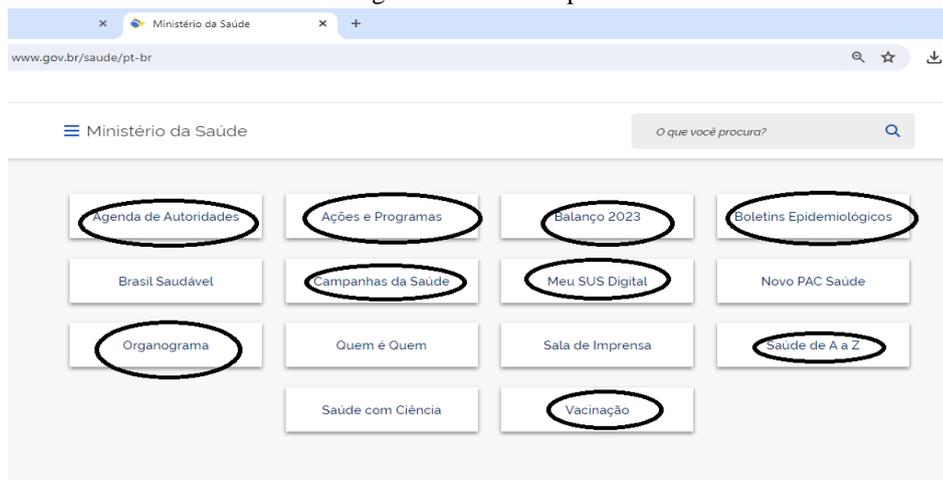
Figura 4 - O que você procura – Aba de busca



Fonte: Site Ministério da Saúde. Marcação na cor preta feita pela autora

Outros dados importantes podem ser encontrados na tela inicial do site do Ministério da Saúde, como, por exemplo, todo o balanço referente ao ano anterior, a agenda das autoridades, boletins epidemiológicos, o organograma, informações sobre vacinação, ações e programas, saúde de A a Z, meu SUS digital, campanhas de saúde, entre outras opções, conforme mostra a figura a seguir.

Figura 5 - Acesso rápido



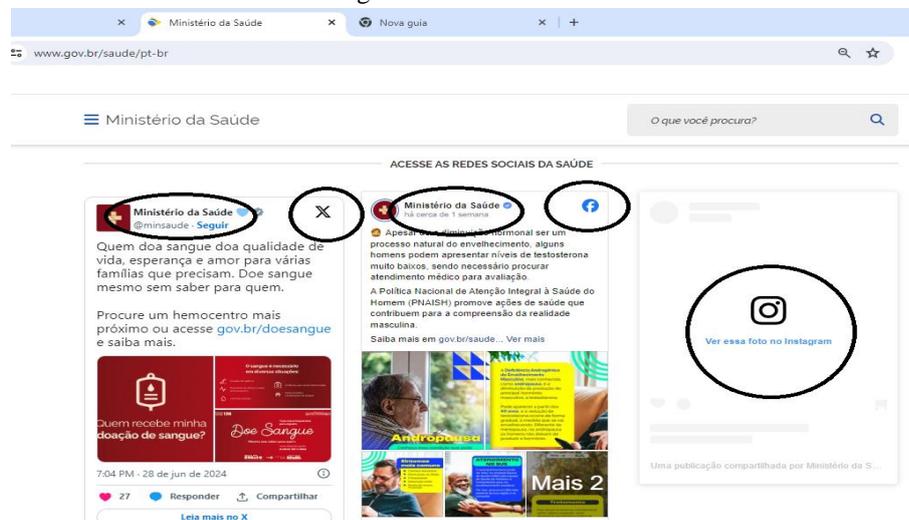
## Redes Sociais

ACESSE AS REDES SOCIAIS DA SAÚDE

Fonte: Site Ministério da Saúde. Marcação na cor preta feita pela autora

Ainda na página inicial do site, podemos verificar que o Ministério da Saúde utiliza redes sociais como Facebook, Instagram e Twitter.

Figura 6 - Redes Sociais



Fonte: Site Ministério da Saúde. Marcação na cor preta feita pela autora

Para acessar as campanhas de saúde, basta clicar, como mostrado na Figura 7, que direcionará para a página seguinte, onde estão disponíveis as campanhas realizadas pelo Governo Federal nos últimos quatro anos, conforme ilustrado na figura a seguir.



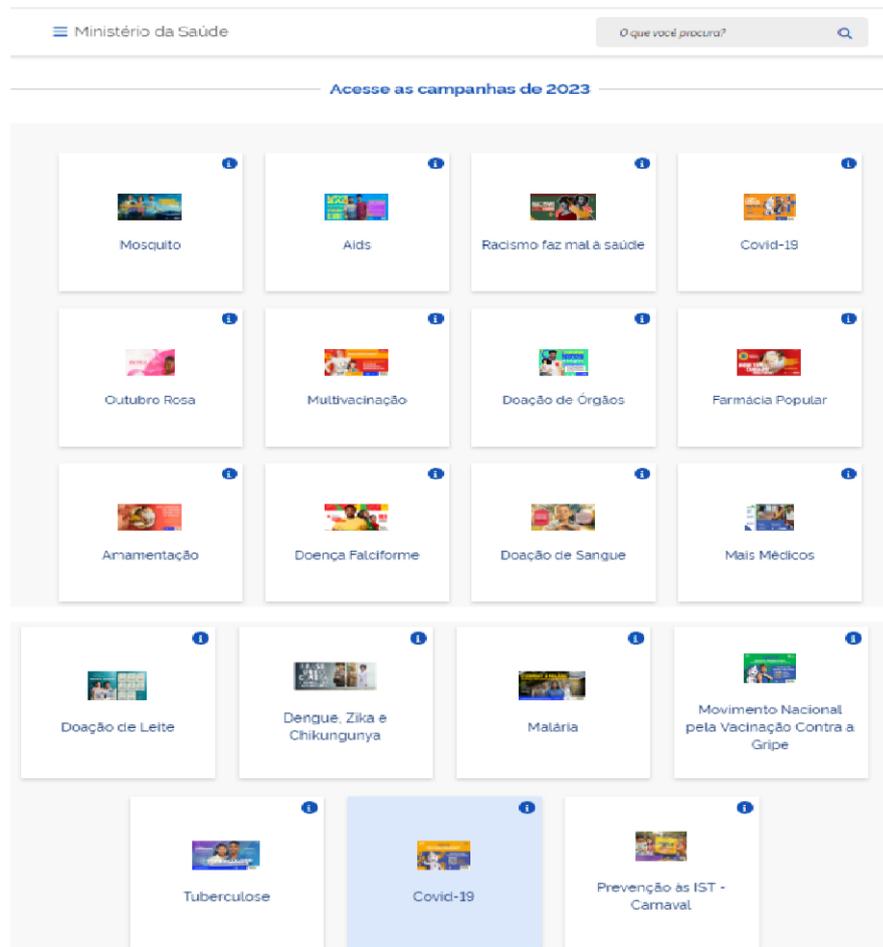
Fonte: Site Ministério da Saúde

Ao selecionar o ano em que deseja obter dados, o internauta é direcionado para outra página, que mostrará as campanhas disponíveis, criadas e divulgadas pelo Governo Federal, conforme ilustrado na Figura 8. Como exemplos, podemos citar a doação de leite materno, a doação de sangue, a prevenção às ISTs, a vacinação nas escolas, entre outras campanhas divulgadas em 2024 (Figura 8). Já no ano de 2023, encontramos 19 campanhas, conforme demonstrado na Figura 9.



Fonte: Site Ministério da Saúde

Figura 9 - Campanhas realizadas no ano de 2023



Fonte: Site Ministério da Saúde

A Figura 8 refere-se às campanhas disponíveis no ano de 2024. No entanto, nos anos anteriores de 2023, 2022 e 2021 são encontradas mais campanhas que não estão na Figura 8, pois as campanhas são inseridas no site do Governo Federal conforme as épocas de suas realizações.

Como o foco da pesquisa é a doação de sangue, realizamos uma busca direcionada a essa temática desde o ano de 2022 e ao longo de toda a jornada de pesquisa. Contudo, em 2022, o site do Ministério da Saúde disponibilizava apenas as campanhas dos últimos três anos. Devido a esse fato, decidimos utilizar as campanhas de 2020 e 2021, já que estas estavam disponíveis no site, não considerando a campanha de 2022, por se tratar do mesmo governo, e posteriormente a campanha de 2023, assim que esta foi disponibilizada.

Entretanto, para não limitar nossa análise a campanhas de um único governo, decidimos realizar pesquisas adicionais para localizar outras campanhas nacionais realizadas pelo Governo Federal que não estavam mais disponíveis no site do Ministério da Saúde.

Após várias pesquisas iniciais em sites de busca como o Google, localizamos fontes de dados, incluindo sites de hemocentros que continham informações sobre campanhas anteriores. Além disso, por meio da plataforma de vídeos online YouTube, foi possível obter vídeos de campanhas de outros anos e de diferentes governos presidenciais, conforme ilustrado na Tabela 1 a seguir.

Tabela 1 - Vídeos pesquisados no Youtube

<b>ANO</b>	<b>GOVERNO</b>
2015	Dilma Vana Rousseff
2017	Michel Miguel Elias Temer Lulia
2020	Jair Messias Bolsonaro

Fonte: Pesquisa na plataforma Youtube pela autora

Assim, utilizamos para a pesquisa as três campanhas encontradas na plataforma YouTube (Tabela 1) e as campanhas do site do Ministério da Saúde, englobando os anos de 2021 a 2023. Isso totalizou sete campanhas nacionais de doação de sangue realizadas pelos Governos Federais, conforme ilustrado na Tabela 2 a seguir.

Tabela 2 - Totalidade de campanhas nacionais analisadas

<b>ANO</b>	<b>GOVERNO</b>
2015	Dilma Vana Rousseff
2017	Michel Miguel Elias Temer Lulia
2020	Jair Messias Bolsonaro
2021	Jair Messias Bolsonaro
2023	Luiz Inácio Lula da Silva

Fonte: Pesquisa na plataforma Youtube e site do Ministério da Saúde pela autora

Durante o desenvolvimento da pesquisa, foram realizadas diversas buscas no próprio site do Ministério da Saúde para obter o máximo de dados possível para uma análise mais abrangente. Constatou-se que, no ano de cada campanha disponibilizada pelo site, havia vários formatos das peças da campanha daquele ano, conforme mostrado na Figura 10. Após selecionar o ano desejado, somos direcionados para uma página que contém o folder oficial da campanha e, logo abaixo, encontramos o link de acesso a essa campanha (ver Figura 10).

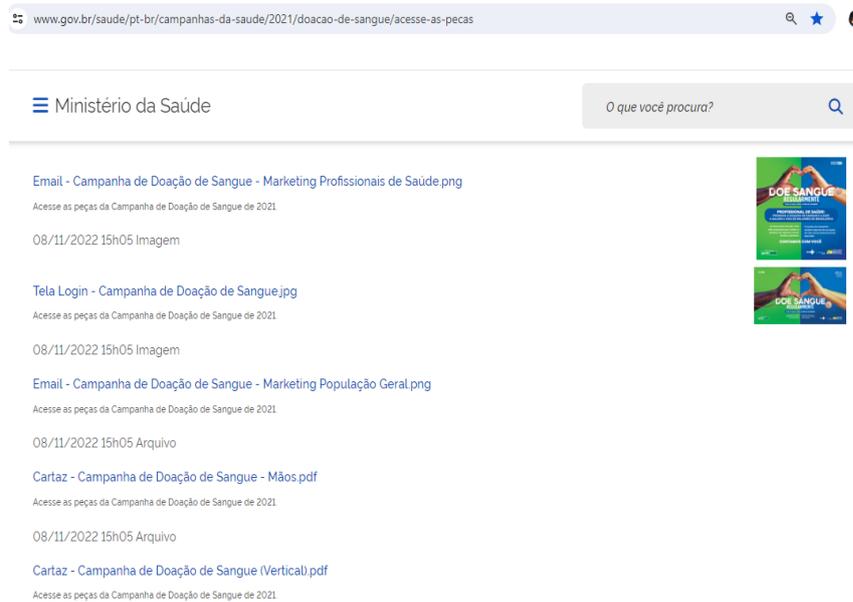
Figura 10 - Campanha 2021



Fonte: Site Ministério da Saúde. Marcação na cor preta feita pela autora

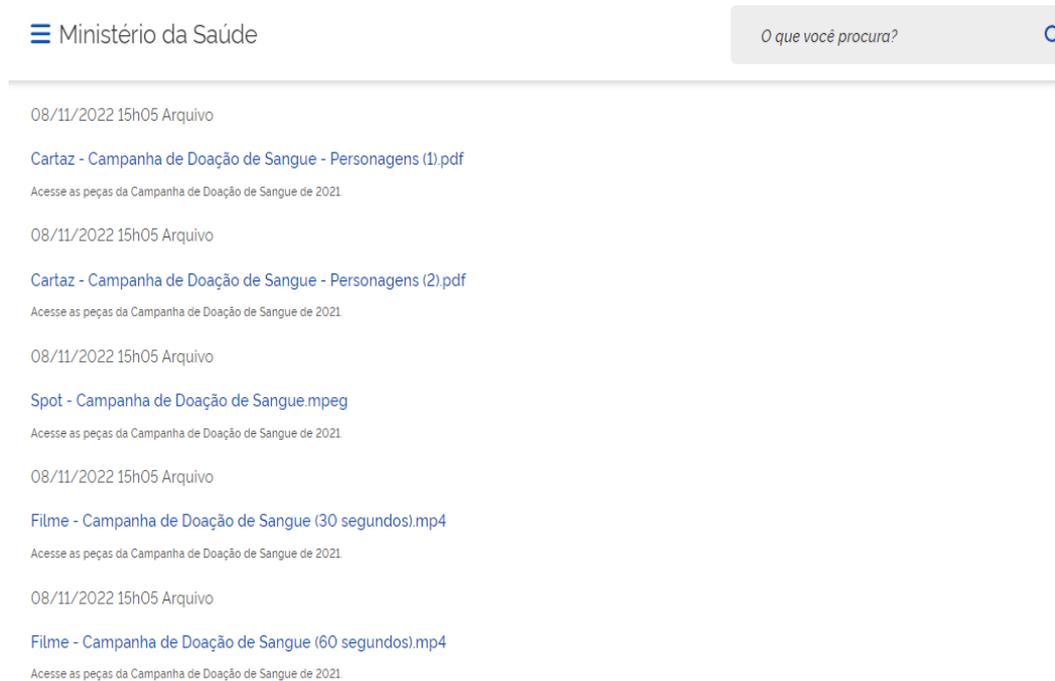
Ao clicar no link “acesse as peças da campanha”, é direcionado para a página seguinte, onde temos acesso a todo o material disponível da campanha daquele ano, conforme mostrado nas Figuras 11 e 12, que detalham todo o material disponível.

Figura 11 - Peças da campanha, print 1



Fonte: Site Ministério da Saúde

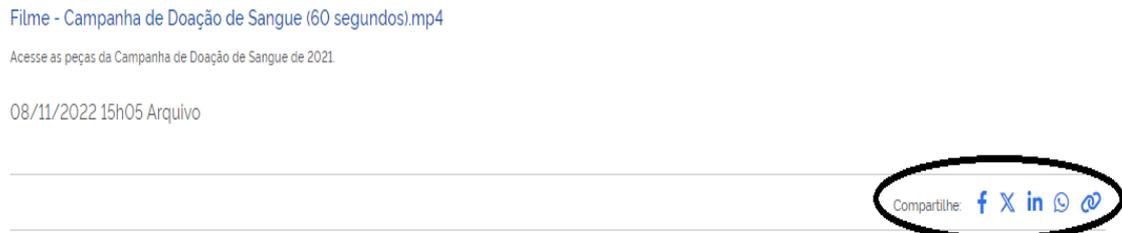
Figura 12 - Peças da campanha, print 2



Fonte: Site Ministério da Saúde

Ao final desta página, no canto direito, é possível compartilhar a campanha, conforme mostrado na Figura 13, em redes sociais como Facebook, Instagram, WhatsApp, LinkedIn e X.com (antigo Twitter). De acordo com a Tabela 4, isso direciona o link da campanha para essas redes sociais, ampliando os canais de divulgação. Alonso (2008) destaca que, com o advento das tecnologias da informação e dos equipamentos de uso diário, que se estenderam a todos os âmbitos da sociedade humana, modificam-se as percepções socioculturais, como evidenciado pela disponibilidade de várias redes sociais para a divulgação da campanha.

Figura 13 - Compartilhamento disponível em redes sociais



Fonte: Site Ministério da Saúde. Marcação na cor preta feita pela autora

Tabela 3 - Redes Sociais Ministério da Saúde

<b>Redes Sociais do Ministério da Saúde - Tela Login</b>
<a href="https://www.facebook.com/minsaude">https://www.facebook.com/minsaude</a>
<a href="https://www.youtube.com/minsaudebr">https://www.youtube.com/minsaudebr</a>
<a href="https://x.com/minsaude">https://x.com/minsaude</a>
<a href="https://www.instagram.com/minsaude">https://www.instagram.com/minsaude</a>
<a href="https://www.linkedin.com/company/ministeriodasaude">https://www.linkedin.com/company/ministeriodasaude</a>

Fonte site do Ministério da Saúde

De acordo com as Figuras 11, 12 e 13, são apresentadas várias opções de formatos das peças da campanha. Ao clicar em cada uma delas, o usuário será direcionado a outra página contendo o formato e a apresentação específica da peça.

A primeira opção da lista está intitulada “E-mail - Campanha de Doação de Sangue - Marketing Profissionais de Saúde.png” e exibe uma imagem em formato PNG com a imagem oficial da campanha. Esse formato de peça é direcionado aos profissionais da saúde, conforme indicado pelo próprio título.

Já o item intitulado “Spot – Campanha de Doação de Sangue.mpeg” (Figura 20) apresenta em sua página um retângulo preto com marcadores zerados, um botão de play, outro com a figura de um autofalante (saída de som), um botão para expandir a tela e, por último, um com três pontinhos. No entanto, ao clicar no play ou no retângulo preto, nada acontece; é necessário clicar no nome em azul (Spot.mpeg - 1191 kb) acima do retângulo para realizar o download do arquivo, que corresponde ao áudio da campanha nacional de doação de sangue, utilizado posteriormente no vídeo.

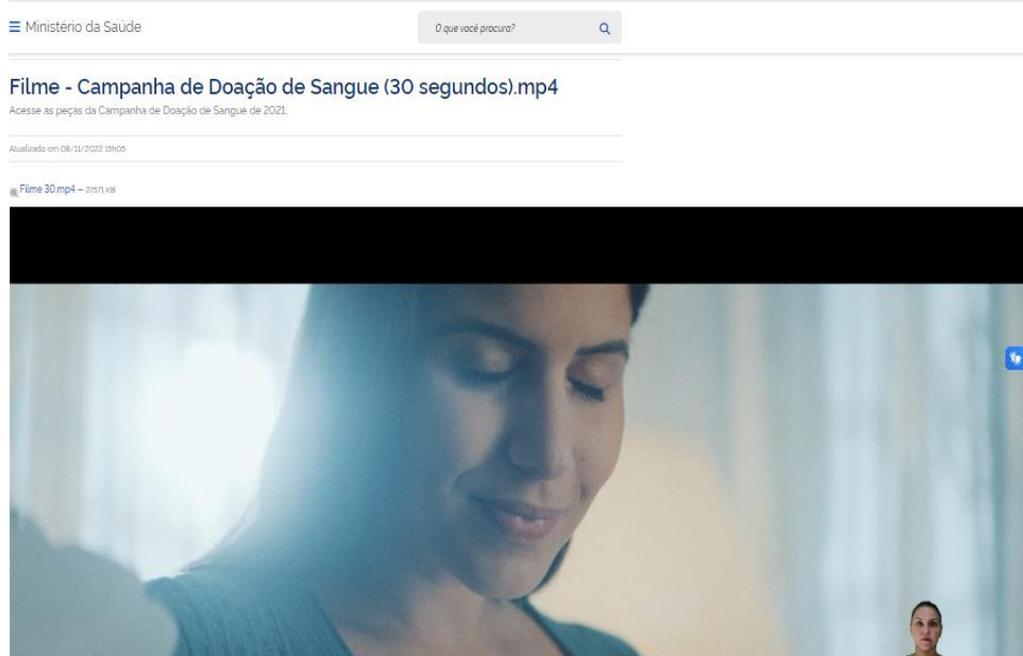
Figura 14 - Spot - Campanha de Doação de Sangue.mpeg



Fonte site do Ministério da Saúde

O penúltimo item, intitulado “Filme – Campanha de Doação de Sangue (30 segundos).mp4”, exibe na página o vídeo oficial da campanha nacional de doação de sangue (Figura 15). Com duração de 30 segundos, é possível clicar no link em azul, escrito “filme 30.mp4 - 27.571 KB”, para realizar o download do arquivo no formato MP4. Nesse vídeo, estão presentes imagens, além do áudio (narração) e legendas que acompanham o que está sendo falado.

Figura 15 - Filme - Campanha de Doação de Sangue (30 segundos).mp4



Fonte site do Ministério da Saúde

O último item, intitulado “Filme – Campanha de Doação de Sangue (60 segundos).mp4”, possui um acesso similar ao item anterior, alterando apenas a duração e o tamanho do arquivo. Este vídeo tem 60 segundos de duração e para realizar o download, basta clicar no link em azul (“Filme 60.mp4 — 11.690 KB”) logo acima do vídeo. O formato é o mesmo, em MP4, e a imagem da tela é idêntica à da Figura 15.

Entre os formatos disponíveis, destacam-se cartazes com mensagens, spots de rádio e filmes educativos em formatos como MP4 e MPEG, destinados tanto a profissionais da saúde quanto à população em geral. Esses materiais são disponibilizados em arquivos acessíveis, como PDF, PNG e JPG, facilitando sua consulta pública e compartilhamento em redes sociais como Instagram e Facebook. A diversificação desses formatos não apenas aumenta a visibilidade da campanha, mas também facilita a disseminação de informações precisas.

A pesquisa foca na análise de materiais audiovisuais, especialmente vídeos e cartazes, sob a ótica das pedagogias culturais e dos Estudos Culturais. Esse enfoque se justifica pela relevância desses recursos na transmissão e interpretação de narrativas culturais. A abordagem audiovisual oferece uma maneira dinâmica e visualmente acessível de explorar complexidades culturais, permitindo uma compreensão mais profunda das diversas expressões culturais presentes na sociedade contemporânea.

A escolha por vídeos e cartazes como objetos de estudo fundamenta-se em sua capacidade de representar simbolicamente aspectos culturais e sociais, muitas vezes de maneira implícita. Esses materiais não apenas refletem valores e crenças de diferentes grupos e comunidades, mas também podem atuar como agentes de transformação cultural, provocando reflexões críticas e ampliando as percepções dos educandos sobre o mundo ao seu redor.

Ao direcionar nossa pesquisa para as pedagogias culturais, buscamos compreender como esses materiais podem ser integrados de forma eficaz no processo educacional, promovendo um ambiente de aprendizagem que valorize e respeite a diversidade cultural. A análise cuidadosa de vídeos e cartazes nesse contexto não apenas enriquecerá teoricamente nossa investigação, mas também contribuirá para a prática educativa ao oferecer abordagens pedagógicas que sejam culturalmente sensíveis e socialmente relevantes.

### **3.1 Decupagem fílmica**

A decupagem fílmica, no contexto da análise cinematográfica, refere-se ao processo metódico de examinar um filme para identificar e detalhar suas características visuais e narrativas. Figueiredo (2013, apud Braz, 2005, p. 31) define decupagem como “um conjunto de procedimentos que envolve as práticas de montagem, trabalho de câmera e sonorização, promovendo a aparência de continuidade espacial e temporal”.

Esse processo inclui assistir ao filme repetidamente, coletando e anotando dados sobre elementos específicos, como composição de cena, ângulos de câmera, movimentos e edição. Fuzaro (2015, apud Pereira, 2011; Prado, 2011) descreve a decupagem como uma escrita técnica, que corresponde ao detalhamento dos planos, movimentação da lente ou câmera, descrição da cena e áudio.

O processo de decupagem começa com uma visualização inicial do filme, onde o pesquisador se familiariza com a narrativa e a estrutura geral da obra. Essa visualização é

crucial para entender o contexto e os elementos globais do filme. Calaça (2019) observa que uma produção audiovisual é constituída de sequências, e cada sequência contém cenas. Assim, o processo de decupagem implica decompor as sequências e cenas para possibilitar a análise dos planos. O plano corresponde à tomada de cena entre dois cortes, considerando a distância e o ângulo da câmera em relação ao objeto.

Após a visualização inicial, o filme é assistido novamente com foco em detalhes. Essa etapa inclui a observação minuciosa de cada cena e tomada, identificando aspectos como a escolha dos planos (close-ups, planos gerais etc.), movimentos de câmera e técnicas de montagem. Essa análise é fundamental para compreender como esses elementos contribuem para a narrativa e o estilo do filme.

Durante a análise, são coletados dados detalhados sobre cada aspecto observado. Isso pode envolver anotações sobre como a iluminação afeta a atmosfera de uma cena, como os ângulos de câmera influenciam a percepção do espectador e como a edição contribui para o ritmo do filme. Esses dados são registrados para permitir uma análise mais profunda posteriormente. Segundo Calaça (2019, apud Vanoye; Leté, 1994, p. 15), para analisar uma produção audiovisual é necessário decompor seus elementos, possibilitando, assim, entender detalhes que não se percebem isoladamente em sua totalidade.

Com a intenção de conhecer melhor as campanhas nacionais de doação de sangue, foi realizado o processo de decupagem das campanhas de 2015, 2017, 2020, 2021 e 2023 durante os anos de 2023 e 2024. Para tanto, assistimos às campanhas e as revisamos integralmente inúmeras vezes, desmontando-as em partes para que todos os detalhes pudessem ser analisados, com atenção voltada para o conjunto de cenas em que as questões culturais eram marcantes. As cenas foram vistas minuciosamente, observando, a cada pausa, os mínimos detalhes, com o intuito de descrever os elementos que compunham a imagem e o som.

Ainda segundo Calaça (2019, apud Vanoye; Leté, 1994, p. 12-13), para pesquisar uma produção audiovisual, é necessário assisti-la várias vezes e compreendê-la, para que, além de analisá-la, seja possível elaborar um discurso sobre ela. Um discurso de análise é importante por pelo menos dois sentidos: primeiro, para investigar significações e impactos; segundo, para expor o trabalho do analista, questionando suas primeiras percepções e impressões, levando-o a reconsiderar suas hipóteses ou opções, consolidando-as ou invalidando-as.

Outra necessidade para analisar um filme corresponde ao comportamento do analista, que precisa voltar a ser o espectador “normal”, deixando o filme falar. É fundamental ouvir atentamente, sem prestar atenção nas imagens, mas mantendo um constante vai e vem, onde o

filme e o analista estabelecem um diálogo. O desafio da análise consiste em fazer com que o pesquisador seja um espectador maravilhado e participante (Fuzaro, 2015, p. 23-24).

O processo de decupagem foi fundamental para compreender o contexto das campanhas. Essa técnica possibilitou observar melhor todas as campanhas e, conseqüentemente, entender os significados produzidos por elas. Para registrar os dados coletados, foi criada uma tabela (Apêndice 1) composta por três colunas: a primeira descreve a seqüência, a segunda aborda a imagem e a terceira refere-se ao som. Na primeira coluna, são registrados todos os tipos de planos, as características dos ambientes e dos personagens, bem como suas movimentações. Na segunda coluna, vem a descrição da imagem e o que está acontecendo, e na terceira, descrevem-se as falas, locuções, músicas de fundo, sons ambiente, barulhos e ruídos.

Dessa forma, foi por meio da técnica de decupagem que conseguimos construir nossos dados para analisá-los, sempre considerando que as campanhas são tanto o ponto de partida quanto o ponto de chegada dessa apreciação.

Ao analisar mídias audiovisuais, é fundamental considerar a conjuntura histórica de sua produção, que reflete as atitudes da época. No entanto, também é importante ponderar sobre comportamentos que se mantêm ao longo do tempo e aqueles que se transformam ou desaparecem. Nosso foco está nas mídias, especialmente nas campanhas midiáticas (vídeo e cartaz), pois acreditamos que essas são algumas das mais importantes na cultura informativa, devido às imagens, sonoplastia e outros recursos utilizados em sua construção.

Além disso, as campanhas oferecem uma narrativa que serve como base para a convergência de artefatos e mídias, abordando temas sociais, educativos e de saúde. Elas têm um papel crucial nesta investigação, funcionando, assim como revistas e jornais, como registros de uma sociedade e de uma época, representando uma parte da nossa história. Vemos as campanhas como artefatos culturais que devem ser analisados a partir das pistas emergentes, cabendo a nós, pesquisadores, interpretá-las e avaliar sua relevância para nosso trabalho, conforme os delineamentos específicos da investigação.

No contexto dessa problemática, é importante destacar que as perspectivas atuais indicam que não devemos tomar o artefato cultural como uma verdade absoluta. Pelo contrário, é necessário manter uma postura crítica, reconhecendo que ele é uma produção humana, uma seleção de fatos, um recorte pessoal ou institucional de determinadas circunstâncias históricas. Portanto, esses artefatos devem ser contextualizados.

Esta pesquisa oferece uma oportunidade significativa para a construção do conhecimento, auxiliando na interpretação do objeto de estudo, revelando elementos importantes e provocando reflexões e novas possibilidades de interpretação da realidade social e humana.

Focamos nas imagens por se tratar de uma pesquisa no campo dos Estudos Culturais e, mais especificamente, nas pedagogias culturais. Neste capítulo, detalhamos a metodologia empregada para conduzir nossa pesquisa sobre as campanhas nacionais de doação de sangue, destacando o uso de uma abordagem qualitativa, exploratória e descritiva. A escolha de uma metodologia qualitativa se justifica pela necessidade de captar as nuances e os significados subjetivos das campanhas, permitindo uma análise mais profunda e interpretativa das práticas culturais e pedagógicas envolvidas.

A abordagem exploratória e descritiva foi fundamental para mapear e descrever o fenômeno estudado, sem impor hipóteses pré-concebidas. Essa abordagem possibilitou uma compreensão abrangente das campanhas e de suas implicações culturais, fornecendo um panorama contextualizado das estratégias utilizadas e dos impactos percebidos.

O caráter subjetivo da pesquisa refletiu-se na análise, permitindo que as percepções e interpretações dos elementos visuais e sonoros das campanhas fossem incorporadas ao nosso entendimento. Reconhecemos que a subjetividade é uma parte inerente da análise qualitativa, e sua consideração nos proporcionou insights mais ricos sobre as representações culturais presentes nas campanhas.

Utilizamos a técnica de decupagem para examinar minuciosamente cada campanha, desmontando-a em seus componentes para uma análise detalhada dos aspectos visuais e sonoros. Essa técnica revelou-se crucial para nossa investigação, pois possibilitou uma compreensão aprofundada das escolhas estilísticas e narrativas dos criadores das campanhas.

Concluimos que a combinação dessas metodologias e técnicas proporcionou uma visão abrangente e crítica das campanhas de doação de sangue. A abordagem qualitativa e a análise detalhada através da decupagem permitiram-nos compreender as campanhas não apenas como produtos de comunicação, mas também como artefatos culturais que desempenham um papel significativo na educação e na cultura. Este capítulo metodológico estabeleceu as bases para as análises subsequentes e contribuiu para uma interpretação mais rica e informada dos dados coletados, alinhando-se com os objetivos gerais da pesquisa.

## 4. AS CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS SOBRE A DOAÇÃO DE SANGUE

A doação de sangue é um ato de generosidade e empatia que pode salvar vidas. No entanto, a conscientização sobre a importância desse gesto nem sempre atinge o público de forma eficaz (Ribeiro et al., 2022). Nesse contexto, Caciano et al. (2014) explicam que as campanhas publicitárias desempenham um papel decisivo ao educar, sensibilizar e incentivar as pessoas a doarem sangue. Sendo assim, é essencial explorar os elementos-chave que tornam essas campanhas eficazes e como elas podem ser positivas para uma sociedade mais solidária, sendo necessária uma análise geral das campanhas.

Interpretar uma mensagem não se limita a encontrar uma mensagem pré-existente; envolve compreender o que ela pode transmitir com base no perfil do leitor e no contexto em que a imagem está inserida. Como Joly (2000) observa:

Interpretar uma mensagem, analisá-la, não consiste certamente em tentar encontrar ao máximo uma mensagem preexistente, mas em compreender o que essa mensagem, nessas circunstâncias, provoca de significações aqui e agora, ao mesmo tempo que se tenta separar o que é pessoal do que é coletivo. (p. 44).

Para a autora, a análise deve considerar não apenas o conteúdo explícito da mensagem, mas também como ela é recebida e detalhada de acordo com o contexto e as perspectivas individuais e sociais. A análise da imagem possui algumas funções, dentre as quais se destaca a função pedagógica, que, de acordo com Joly (2000), é centrada em:

Demonstrar que a imagem é de fato uma linguagem, uma linguagem específica e heterogênea; que, nessa qualidade, distingue-se do mundo real e que, por meio de signos particulares dele, propõe uma representação escolhida e necessariamente orientada; distinguir as principais ferramentas dessa linguagem e o que sua ausência ou sua presença significam; relativizar sua própria interpretação, ao mesmo tempo que se compreendem seus fundamentos: todas garantias de liberdade intelectual que a análise pedagógica da imagem pode proporcionar. (p. 48).

A autora destaca a ideia de que a imagem deve ser entendida como uma linguagem específica e diversa, distinta do mundo real. Ela representa o mundo por meio de signos particulares que são escolhidos e direcionados intencionalmente. De acordo com Joly (2000) que sugere a importância de identificar as principais ferramentas dessa linguagem visual e de compreender o significado de sua presença ou ausência. Além disso, enfatizamos a

necessidade de relativizar a própria interpretação, compreendendo seus fundamentos. Esse processo de análise pedagógica da imagem oferece garantias de liberdade intelectual, permitindo uma compreensão crítica e profunda da imagem.

Nesse sentido, as campanhas publicitárias de doação de sangue não apenas transmitem uma mensagem direta, mas utilizam uma combinação de linguagens (emotiva, descritiva, persuasiva, informativa, institucional, entre outras) que potencializa seu alcance. Essas linguagens, conforme apontadas por Fischer (2001), são fundamentais na construção de imagens audiovisuais que não só informam, mas também educam e mobilizam o público.

"Interessa registrar e reter, por enquanto, que as imagens audiovisuais da tevê são construídas com uma série de elementos de diferentes linguagens: basicamente, as linguagens oral, escrita, icônica, plástica, gráfica, digital, sonora, musical. Lembremos que todas essas formas de comunicar estão presentes também no teatro, no rádio e no cinema, e pode-se dizer que a TV vem incorporando e recriando constantemente uma série de elementos desses meios e expressões culturais, como veremos a partir de outros exemplos. Com o concurso de cada uma dessas linguagens ou, melhor dito, do conjunto delas, são construídos os produtos televisivos, porém, sob uma forma muito particular, que é específica do vídeo e da tevê, já que se trata fundamentalmente de imagens eletrônicas, com todas as suas peculiaridades." (Fischer, 2002, p. 68)

As campanhas demonstradas foram exibidas na mídia brasileira (TV, rádio), nas redes de canais abertos (Globo, SBT, entre outras), redes sociais (Facebook, Instagram, entre outras), plataformas de compartilhamento de vídeos online (YouTube) e no site do Ministério da Saúde. Analisamos as campanhas dos anos de 2015, 2017, 2020, 2021 e 2023. No entanto, as campanhas dos anos de 2015, 2017 e 2020 já não estão mais disponíveis no site do Ministério da Saúde, devido à permanência de apenas os quatro últimos anos de campanhas. Sendo assim, foi necessária uma busca mais ampla em sites de pesquisa como o Google, YouTube e sites de hemocentros estaduais. As análises serão apresentadas por ano de cada campanha, abrangendo as peças publicitárias transmitidas nas TVs e nos cartazes.

As campanhas nacionais de saúde, lançadas pelo Ministério da Saúde, são regionais pela Assessoria de Comunicação do Ministério da Saúde (ASCOM). Essas campanhas, que fazem parte de um programa institucional, são lançadas anualmente no dia 14 de junho, Dia Mundial do Doador de Sangue. O objetivo é incentivar as doações de sangue e aumentar os estoques dos hemocentros em todo o território brasileiro, configurando-se como uma campanha educativa e de utilidade pública.

Essa publicidade educativa transcende o propósito tradicional da publicidade, que é difundir ideias e conceitos. Ela aborda questões controversas e essenciais para a sociedade, com o objetivo de estimular a discussão e dar visibilidade a temas frequentemente negligenciados. Dessa forma, a propaganda instiga o público a refletir e se questionar, incentivando a análise crítica e o diálogo na busca por soluções para os problemas apresentados.

Comunicação Pública é o processo de comunicação que se instaura na esfera pública entre o Estado, o Governo e a Sociedade e que se propõe a ser um espaço privilegiado de negociação entre os interesses das diversas instâncias de poder constitutivas da vida pública do país (Brandão, 2007, p. 31).

A comunicação pública deve informar os cidadãos, ampliando sua consciência sobre a realidade do país, o governo, as políticas públicas e as diferenças socioculturais e econômicas.

Perguntamo-nos: quais são os objetivos desses artefatos? Quais são suas estratégias de veiculação? A quem ele se dirige? A percepção obtida indica que a campanha é veiculada em canais de TV aberta, sem horário pré-estabelecido, ocorrendo de forma diária e com o público-alvo sendo a sociedade como um todo. O objetivo é abranger todas as faixas etárias e grupos sociais, incluindo tanto doadores regulares quanto novos doadores.

#### **4.1. Campanha "Doar sangue é compartilhar vida" - ano 2015**

##### **4.1.1. Vídeo**

Em 2015 foi lançada a campanha *Doar sangue é compartilhar vida*, com o “objetivo principal de sensibilizar novos doadores e fidelizar os já existentes”, de acordo com o Ministério da Saúde (2015). Ao analisarmos as imagens do vídeo e o som que as acompanha, fica claro que a parte sonora desempenha um papel importante na compreensão da mensagem. Enquanto as imagens fornecem um contexto, os elementos sonoros, como diálogos, efeitos e trilha sonora, orientam as emoções do espectador e destacam nuances que podem passar despercebidas. Essa interação entre som e imagem enriquece a narrativa, revelando significados que, isoladamente, podem não ser percebidos. Além disso, a utilização de vídeo aumenta a eficácia de diversos recursos, incluindo elementos audiovisuais, cores, expressões faciais, gestos e texto.

A campanha utilizou uma linguagem mista, combinando elementos informativos, persuasivos, emocionais e imperativos, sem recorrer ao sensacionalismo ou a estereótipos.

Elementos informativos foram integrados à linguagem sonora, fornecendo informações claras e objetivas sobre a importância da doação de sangue, como, por exemplo: *Na última década, os transplantes de órgãos cresceram 84%. As cirurgias aumentaram 619%. E os atendimentos de urgência cresceram 627%.*

Esses trechos fornecem dados concretos e estatísticos para informar o leitor sobre o crescimento significativo das necessidades médicas, um crescimento de 84% nos transplantes de órgãos, um aumento de 619% nas cirurgias e uma elevação de 627% nos atendimentos de urgências nas redes de saúde. O vídeo foi disponibilizado à população como um meio de transmitir informações, além de fornecer um website e uma linha telefônica gratuita para informações adicionais e suporte aos interessados em doar sangue.

Os elementos persuasivos apelam diretamente à responsabilidade e à solidariedade do leitor, incentivando a ação de doar sangue. No vídeo, é retratada a “história real” da paciente Priscila Takamura, diagnosticada com anemia falciforme, conforme informação do Ministério da Saúde (2015), demonstrando o impacto positivo da doação na vida dos outros, como podemos perceber nos trechos das falas: *As doações de sangue precisam acompanhar esse crescimento para atender a milhares de pessoas que dependem da sua solidariedade. Seja para quem for, seja um doador.* Já os elementos emotivos são usados para criar um apelo emocional, ressaltando a importância e o impacto pessoal da ação de doar sangue, como mostra o trecho a seguir: *Esse gesto está em suas mãos.*

Por último, é utilizado o elemento da linguagem imperativa, com o intuito de instruir diretamente o leitor sobre o que fazer a seguir, tornando a mensagem clara e direta, como: *Procure um Hemocentro mais próximo.* Essas diferentes abordagens são empregadas de maneira complementar para informar, sensibilizar e mobilizar o leitor a agir em prol da doação de sangue.

O vídeo da campanha foi elaborado com uma duração de 30 segundos, utilizando como imagem inicial uma bolsa de sangue pendurada no porta-soro, ao fundo mostrando uma parede branca com régua de gases hospitalares (óxido nitroso, oxigênio, ar comprimido e ponto de vácuo). A sequência de imagens, acompanhada de uma locução em off, permitiu a realização de quinze prints de tela, com a intenção de mostrar a composição do vídeo publicitário. De acordo com a Figura 16, é possível visualizar as imagens do início ao fim, e no último quadro, observar o cartaz oficial da campanha.

Figura 16 - "Doar sangue é compartilhar vida" – Cenas do filme publicitário - Prints do Vídeo



Fonte: Montagem produzida pela autora através de prints do vídeo

A análise deste quadro de imagens da campanha de doação de sangue de 2015 foi realizada considerando diversos elementos visuais e textuais. O objetivo da campanha é transmitir a importância da doação de sangue para salvar vidas, conforme informado pelo Ministério da Saúde (2015). Ela destaca a necessidade crescente de ações para acompanhar o aumento das intervenções médicas que salvam vidas, como transplantes de órgãos, cirurgias e atendimentos de urgência.

As primeiras imagens focam na bolsa de sangue, conforme ilustrado na Figura 17, destacando a importância vital do sangue em procedimentos médicos. Os dados percentuais (84% para transplantes de órgãos, 619% para cirurgias e 627% para atendimentos de urgência) são superpostos às imagens das bolsas de sangue, enfatizando visualmente uma necessidade crescente. À medida que a imagem avança e cada dado apresentado, a bolsa de sangue se esvazia de maneira mais rápida.

Figura 17- Elementos visuais – Prints do Vídeo





Fonte: Produzido pela autora através de prints do vídeo

Imagens projetadas do fluxo sanguíneo, como representadas na Figura 18, incluem close-ups do sangue percorrendo a artéria (mangueira) da bolsa de sangue. Na imagem, é mostrado o braço de uma pessoa branca, aparentemente do sexo feminino, com foco no antebraço, que está conectado a um tubo de transfusão de sangue.

Figura 18 - Fluxo de sangue – Prints do Vídeo



Fonte: Produzido pela autora através de prints do vídeo

Uma personagem, Priscila Takamura, está sentada em uma cadeira hospitalar nas cores azul e branca. Em ambos os lados, é possível observar objetos: de um lado, uma mesa de alumínio hospitalar com equipamentos a serem usados pelo profissional de saúde durante o atendimento; do outro, um pequeno armário branco com gavetas, que contém em sua superfície uma jarra, talvez de suco, em tom amarelo, uma garrafa de água térmica de alumínio, um copo térmico e um telefone fixo de cor branca. Próximo à janela, outra mesa de alumínio hospitalar exibe duas embalagens, provavelmente de soro, e um pote de algodão. Um personagem é apresentado em uma situação de tratamento, aparentemente recebendo uma transfusão de sangue, conforme demonstrado na Figura 19. Sua presença pode ter o intuito de humanizar a campanha, mostrando um beneficiário direto das doações de sangue. A atitude relaxada do paciente sugere gratidão e bem-estar, conectando emocionalmente o público ao impacto positivo da doação de sangue.

Figura 19 - Paciente – Prints do Vídeo



Fonte: Produzido pela autora através de prints do vídeo

O cenário hospitalar, que inclui a cadeira do paciente, a transfusão e os equipamentos médicos, fornece um contexto realista para a campanha, conforme apresentado na Figura 20. A interação entre o paciente e o profissional de saúde, representada pelas mãos de um possível médico ou possível enfermeiro, sugere cuidado e profissionalismo, criando uma sensação de segurança e confiança no processo de ação. São apresentados o telefone 136 e o site [saude.gov.br](http://saude.gov.br) como meios de contato, acompanhados da mensagem: *Esse gesto está em suas mãos*, reforçando a importância da participação individual na doação de sangue e destacando a acessibilidade das informações e serviços relacionados à saúde pública.

Figura 20 - Ambiente hospitalar – Prints do Vídeo



Fonte: Produzido pela autora através de prints do vídeo

Durante os trinta segundos do vídeo, uma locução em off, com uma voz feminina e em tom suave, apresenta a campanha. A locução é acompanhada por uma trilha sonora instrumental de fundo, possivelmente de piano, e por um bipe constante de um equipamento médico (frequencímetro), que sugere as batidas do coração.

A trilha sonora desempenha um papel crucial na campanha. O som suave do piano, combinado com o bipe do equipamento médico, cria uma sensação de seriedade e urgência, ao mesmo tempo em que mantém uma atmosfera de calma e segurança. Essa sonoridade ajuda a transmitir a mensagem de que, apesar da urgência, a doação de sangue é um processo seguro e bem administrado.

A mensagem transmitida pela locução em off durante os trinta segundos de vídeo é informativa e direta: *Na última década, os transplantes de órgãos cresceram 84%. As cirurgias cresceram 619%. E os atendimentos de urgência cresceram 627%. As doações de sangue precisam acompanhar esse crescimento para atender milhares de pessoas que dependem de sua solidariedade. Esse gesto está em suas mãos. Seja para quem for, seja um doador. Procure um Hemocentro mais próximo.*

O texto da campanha de doação de sangue é composto por sete frases que, juntas, buscam formar uma mensagem clara e de impacto. Analisaremos cada uma dessas frases em termos de conteúdo, estrutura e efeito:

Frase 1: *Na última década, os transplantes de órgãos cresceram 84%*. A frase começa com um dado estatístico específico, informando sobre o crescimento significativo nos transplantes de órgãos. A estrutura é direta e factual, utilizando um percentual concreto (84%) para chamar a atenção do leitor. Esse dado cria um impacto inicial forte, mostrando progressos e avanços na área da saúde, preparando o leitor para compreender a necessidade crescente de recursos, como sangue para transfusões.

Frase 2: *As cirurgias cresceram 619%*. Esta frase dá continuidade à linha de raciocínio da frase anterior, apresentando um aumento ainda mais significativo nas cirurgias. A estrutura é semelhante à da primeira frase, direta e com um percentual específico (619%) que reforça a magnitude do crescimento. O grande aumento percentual intensifica a sensação de necessidade e urgência, sublinhando o progresso significativo nas intervenções cirúrgicas e, conseqüentemente, a demanda por sangue.

Frase 3: *E os atendimentos de urgência cresceram 627%*. Esta frase introduz um dado estatístico adicional, desta vez referente a atendimentos de urgência. A estrutura mantém a consistência na apresentação dos dados, utilizando um percentual (627%) ainda maior. Essa estatística finaliza uma série de informações com um impacto extremo máximo, enfatizando o crescimento nas necessidades de saúde emergenciais, o que, naturalmente, demanda um aumento nas doações de sangue.

Frase 4: *As doações de sangue precisam acompanhar esse crescimento para atender a milhares de pessoas que dependem dessa solidariedade.* A frase faz a conexão direta entre o aumento das necessidades médicas e a crescente demanda por doações de sangue. Utiliza-se uma estrutura condicional implícita (*precisam acompanhar*) para vincular os dados anteriores à ação necessária. Esse enunciado cria um senso de responsabilidade coletiva, apelando à solidariedade do leitor e ressaltando a importância crucial das doações de sangue.

Frase 5: *Esse gesto está em suas mãos.* A mensagem é personalizada, colocando a responsabilidade diretamente sobre o leitor. Trata-se de uma frase curta e enfática, que utiliza o pronome 'suas' para individualizar o apelo. A construção aumenta a percepção de que a ação individual de cada pessoa é essencial e pode fazer uma grande diferença, gerando um apelo emocional e pessoal.

Frase 6: *Seja para quem for, seja um doador.* A necessidade é universalizada, indicando que a doação de sangue é importante, independentemente de quem será o beneficiado. Utiliza-se a repetição de uma estrutura verbal (*seja... seja...*) para reforçar a mensagem. Promove-se a ideia de altruísmo universal, sugerindo que a doação de sangue é um ato de bondade que transcende individualidades e beneficia a todos.

Frase 7: *Procure um Hemocentro mais próximo.* Finaliza-se com uma chamada clara e prática para a ação. Trata-se de uma instrução direta e específica, que proporciona ao leitor uma ação concreta, passível de ser realizada imediatamente, facilitando a conversão da intenção em ação.

O texto da campanha é elaborado para criar uma narrativa convincente e envolvente. Inicia-se com estatísticas sobre o crescimento das necessidades médicas e, em seguida, faz a transição para um apelo direto à ação individual, destacando a importância da solidariedade e do altruísmo. A estrutura sequencial, juntamente com a escolha de palavras e dados, trabalha para motivar o leitor a se engajar na doação de sangue, culminando em uma chamada clara à ação. Essa combinação de elementos visa informar e orientar o público-alvo sobre a causa.

#### 4.1.2. Cartaz Oficial

Figura 21 - Doar sangue é compartilhar vida – Cartaz Oficial



Fonte: <http://www.blog.saude.gov.br/kgu7pd>

A imagem retrata o slogan da campanha se sobressaindo em caixa alta aos dois braços em segundo plano, sendo um braço masculino e um braço feminino, possivelmente de diferentes etnias um branco e outro negro. A predominância dos antebraços pode sugerir uma intenção de destacar o ato de doação de sangue, um gesto simbólico de solidariedade e apoio. A diferença entre as cores dos braços pode simbolizar a diversidade étnica e a universalidade do apelo pela doação de sangue, sugerindo que todos, independentemente da raça ou gênero, são importantes e necessários para o sistema de doação de sangue.

A escolha de focar especificamente nos antebraços pode ter tido como objetivo ressaltar a ação direta e tangível da doação. Os antebraços são as partes do corpo comumente utilizadas na coleta de sangue, o que pode ajudar a enfatizar a urgência e a importância da participação no processo de doação.

A cor vermelha da unha pode simbolizar a vitalidade e a importância do sangue no contexto da saúde. O vermelho, sendo a cor do sangue, estabelece uma ligação direta com o tema da doação. Ao incluir esse detalhe, a imagem parece buscar uma conexão visual imediata entre a doação de sangue e o cuidado com a saúde e a vida. Além disso, a cor vermelha pode servir para chamar a atenção para o detalhe da unha, destacando o ato de doação de maneira mais expressiva. Em uma imagem que foca nos antebraços, o uso do

vermelho pode criar um ponto de destaque, atraindo o olhar para a área onde a doação é realizada e reforçando simbolicamente a relação entre o ato de doar sangue e o próprio sangue.

A presença de uma gota de sangue é um elemento central que reforça o tema da doação. Esse símbolo, universalmente reconhecido, contribui para a compreensão imediata da mensagem: a doação de sangue é vital e faz a diferença na vida das pessoas.

Os slogans do Sistema Único de Saúde (SUS) e as informações institucionais, como o telefone 136, são elementos cruciais para a contextualização e orientação do público. O slogan, ao vincular a imagem ao SUS e ao Governo Federal, legitima a campanha e fornece um ponto de contato direto para aqueles interessados em obter mais informações ou contribuir.

No entanto, é importante observar que, na análise de qualquer material institucional, a clareza e a precisão das informações são essenciais. Caso a imagem contenha erros, como a representação incorreta do SUS ou um número de telefone desatualizado, isso pode comprometer a eficácia da campanha. A precisão na comunicação, especialmente em campanhas de saúde pública, é fundamental para garantir que a mensagem seja corretamente compreendida e que o público possa agir com base nas informações fornecidas.

## **4.2. A Campanha "Doe sangue regularmente e ajude a quem precisa." – Ano 2017**

### **4.2.1. Vídeo**

A campanha de doação de sangue de 2017, intitulada *Doe sangue regularmente e ajude a quem precisa*, foi lançada em 14 de junho de 2017 e teve como objetivo reforçar a importância da doação, sensibilizar novos voluntários e fidelizar doadores existentes, conforme informações do Ministério da Saúde (2017).

O vídeo da campanha tem duração de sessenta segundos e as imagens são acompanhadas pela trilha sonora; a voz do 1º personagem que aparece na tela é responsável pela locução da maior parte das cenas do vídeo.

Há também algumas locuções em off. Segue a sequência das vozes em todo o vídeo: *Quem doa sangue regularmente pode estar ajudando uma pessoa que nunca viu na vida* (Locutor 1º personagem); *ou alguém que acabou de começar a viver* (Locutor em off). *Pode estar ajudando quem já passou por muitas histórias* (Locutor em off); *ou alguém que ainda tem muitas histórias para contar* (Locutor em off). *Pode estar ajudando quem está torcendo*

*para realizar um sonho* (Locutor em off); *ou alguém que está torcendo para ser ajudado* (Locutor em off). *Quem doa sangue regularmente pode até não saber quem está ajudando* (Locutor em off). *Mas sabe que está ajudando muita gente* (Locutor em off). *Ministério da Saúde. Governo Federal* (Locutor em off).

A introdução da mensagem estabelece o tema central ao afirmar: *Quem doa sangue regularmente pode estar ajudando uma pessoa que nunca viu na vida*. Esta frase inicial tem a função de destacar a relevância da doação de sangue e enfatizar que o doador pode beneficiar alguém que não conhece. O tom é neutro e informativo, e a linguagem é acessível, preparando o espectador para uma série de possibilidades sobre quem pode ser beneficiado pela doação.

O desenvolvimento do texto é estruturado em uma série de afirmações que ilustram a diversidade de pessoas que podem ser ajudadas por meio da doação de sangue. As frases: *Ou alguém que acabou de começar a viver; Pode estar ajudando quem já passou por muita história; Ou alguém que ainda tem muitas histórias para contar; Pode estar ajudando quem está torcendo para realizar um sonho; e Ou alguém que está torcendo para ser ajudado*, utilizam contrastes e possibilidades para mostrar que a doação tem um impacto significativo em diferentes fases da vida e em diversas situações pessoais. O uso de imagens e cenários variados da vida cotidiana, como pessoas no hemocentro recebendo e doando sangue, cria, junto à locução, uma conexão emocional com o espectador, enfatizando que a doação de sangue é ampla e significativa.

A conclusão da mensagem é expressa na frase: *Quem doa sangue regularmente pode até não saber quem está ajudando, mas sabe que está ajudando muita gente*. Esta parte reforça a ideia de que, mesmo sem conhecimento específico sobre quem está sendo beneficiado, o doador tem a certeza de que sua ação tem um impacto positivo e significativo na vida de muitas pessoas. A conclusão é crucial para consolidar o sentimento de altruísmo e o valor da doação, mesmo sem um retorno pessoal imediato.

O encerramento do texto apresenta: *Ministério da Saúde. Governo Federal*. A inclusão dessas informações tem a função de legitimar e oficializar a mensagem, conferindo autoridade e reforçando a importância da campanha.

A mensagem utiliza uma estrutura repetitiva e uma linguagem emotiva para transmitir a importância da doação de sangue de forma que ressoe no espectador. A mensagem final é clara e direta, incentivando a doação como um ato de generosidade que, apesar de não oferecer recompensas tangíveis imediatas, proporciona um impacto na vida de muitas pessoas.

A locução é iniciada pelo primeiro personagem que aparece, um homem negro, com tom de voz calmo e moderadamente suave. Ao fundo, há uma trilha sonora instrumental, aparentemente de um piano, que permanece até o final do vídeo. O locutor, após a primeira cena, continua sendo o mesmo, porém fica em off até a finalização do vídeo.

A campanha utiliza diferentes tipos de linguagem para transmitir a mensagem sobre a doação de sangue. Os principais tipos de linguagem empregados são:

A linguagem informativa, que é usada para transmitir dados e fatos de maneira clara e objetiva. Isso é evidente na introdução e na conclusão, onde o tema é estabelecido e a importância da doação de sangue é explicada de forma direta. Exemplos incluem: *Quem doa sangue regularmente pode estar ajudando uma pessoa que nunca viu na vida.* e *Mas sabe que está ajudando muita gente.*

A linguagem emotiva, que é empregada para criar uma conexão emocional com o espectador. Através de imagens e cenários variados que evocam sentimentos e experiências pessoais, o texto busca gerar empatia e engajamento. Essa linguagem aparece no desenvolvimento do texto: *Ou alguém que acabou de começar a viver* e *Pode estar ajudando quem está torcendo para realizar um sonho.*

A linguagem descritiva é utilizada para criar imagens mentais e ilustrar cenários variados, auxiliando o espectador a visualizar os diferentes tipos de pessoas que podem ser beneficiadas pela doação de sangue. Exemplos de descrições incluem: *Pode estar ajudando quem já passou por muita história* e *Ou alguém que ainda tem muitas histórias para contar.*

A linguagem persuasiva é empregada para convencer o espectador da importância e do valor da doação de sangue. Ela incentiva a ação e reforça a mensagem de que a doação tem um impacto positivo e significativo. Exemplos de persuasão incluem: *Quem doa sangue regularmente pode até não saber quem está ajudando* e *Mas sabe que está ajudando muita gente.*

A linguagem institucional aparece no encerramento para conferir autoridade e formalidade ao texto. Ao mencionar o Ministério da Saúde e o Governo Federal, o texto adota uma abordagem oficial que valida a mensagem e reforça a importância da campanha: *Ministério da Saúde. Governo Federal.*

A linguagem informativa e institucional estabelece o contexto e confere legitimidade, enquanto as linguagens emotiva, descritiva e persuasiva são empregadas para criar uma conexão emocional e incentivar o espectador a agir.

Ao analisarmos as imagens do vídeo, constatamos que ele apresenta vários personagens (figurantes) que aparecem ao longo do vídeo, bem como uma dupla de cantoras famosa, Simone e Simaria. Além disso, há vários cenários diferentes, como podemos observar nas figuras 22, 23, 24 e 25, onde estão todo o conteúdo do vídeo.

Figura 22 – “Doe sangue regularmente e ajude a quem precisa” – Filme publicitário – Prints do Vídeo – 1



Fonte: Montagem produzida pela autora através de prints do vídeo

Figura 23 – “Doe sangue regularmente e ajude a quem precisa” – Filme publicitário – Prints do Vídeo – 2



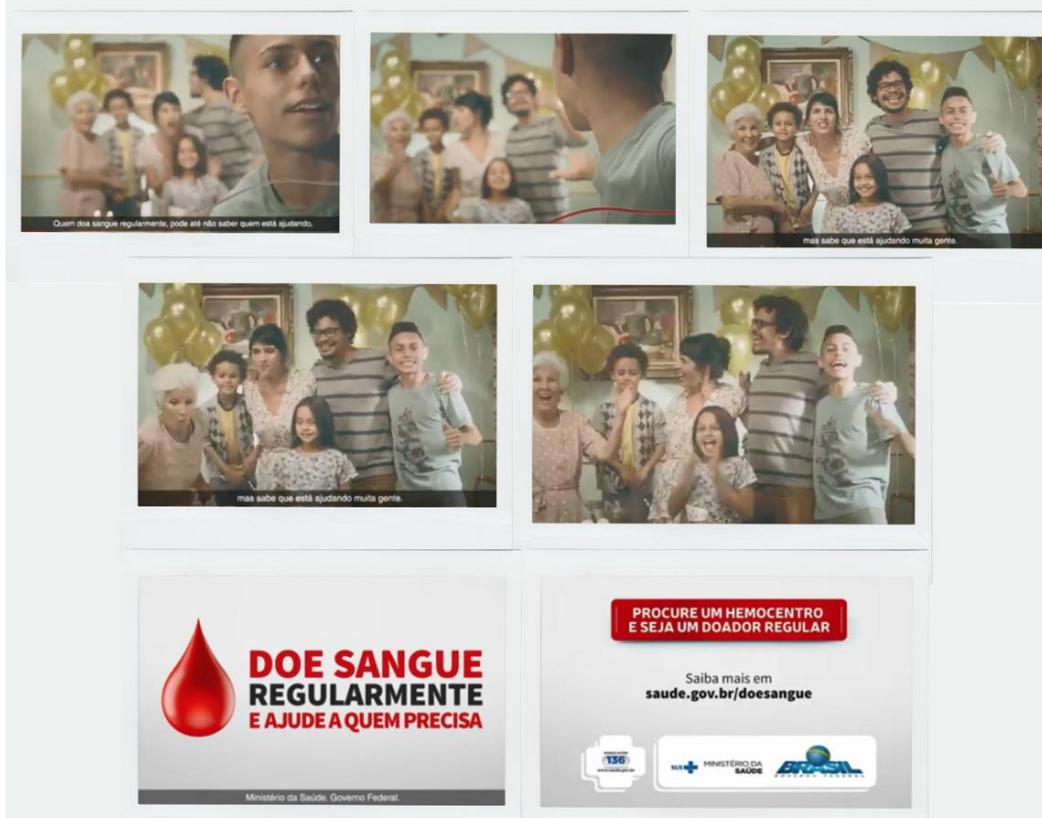
Fonte: Montagem produzida pela autora através de prints do vídeo

Figura 24 – “Doe sangue regularmente e ajude a quem precisa” – Filme publicitário – Prints do Vídeo – 3



Fonte: Montagem produzida pela autora através de prints do vídeo

Figura 25 – “Doe sangue regularmente e ajude a quem precisa” – Filme publicitário – Prints do Vídeo – 4



Fonte: Montagem produzida pela autora através de prints do vídeo

A campanha começa com a imagem de um homem negro, vestido com uma camiseta azul, sentado em uma cadeira hospitalar. Ao lado, um armário com materiais hospitalares indica um ambiente clínico, enquanto a mangueira conectada ao seu braço sugere que ele está doando sangue. O líquido vermelho que flui pela mangueira estabelece uma conexão visual com o sangue, introduzindo o tema da campanha. Ele diz: *Quem doa sangue regularmente pode estar ajudando uma pessoa que nunca viu na vida.*

A transição para a próxima cena é feita pela continuidade da mangueira, que leva a um ambiente de arquibancada, onde quatro pessoas vestidas com camisetas de time, possivelmente do Brasil, demonstram apreensão, indicando uma situação de grande emoção. Nesse momento, a trilha sonora continua tocando e também é possível ouvir gritos de comemoração das pessoas presentes, além da bandeira segurada por um dos indivíduos. A mangueira interligando as imagens sugere que o sangue doado tem um impacto direto sobre as pessoas.

A mudança no semblante dos indivíduos demonstra o efeito positivo da doação de sangue, que proporciona felicidade e alívio aos beneficiários. Em seguida, a transição da cena mostra uma criança usando uma capa de super-herói, em um palco com os braços estendidos como se estivesse voando, trazendo a sensação de importância, uma vez que a associação do ato de doar sangue com um gesto de uma criança eleva a percepção da doação. A locução em off diz: *Ou alguém que acabou de começar a viver.*

Em seguida, a imagem de um senhor sentado em uma poltrona assistindo TV, acompanhada da locução em off: *Pode estar ajudando quem já passou por muitas histórias,* mostra um momento de lazer e tranquilidade.

A imagem de um pai lendo uma história para uma criança antes de dormir reflete a importância dos momentos em família. Ao mesmo tempo em que se tem a imagem, é possível analisá-la junto à locução em off: *Ou alguém que ainda tem muitas histórias para contar,* sugerindo que esse pai terá a oportunidade de contar muitas outras histórias para essa criança.

Na cena seguinte, uma jovem tenta tirar uma selfie em um show com duas cantoras famosas, capturando um momento de euforia, destacando como a doação de sangue permite que as pessoas desfrutem de experiências, subentendendo a realização de um sonho, conforme a locução em off: *Pode estar ajudando quem está torcendo para realizar um sonho.*

Na próxima cena, a imagem mostra uma interação em um ambiente hospitalar com dois personagens: um homem, que parece ser médico ou outro profissional da saúde, e uma mulher, que aparenta ser paciente ou acompanhante, identificada pelo uso de um lenço na

cabeça, algo que geralmente está associado a pacientes em tratamento oncológico ou de outra doença grave. A mulher, à esquerda, parece preocupada ou ansiosa, o que pode ser deduzido pela sua expressão facial.

O lenço que ela usa sugere que está passando por um tratamento médico, possivelmente de uma doença grave, como o câncer. Isso cria uma forte conexão emocional com o espectador, pois traz à tona questões de vulnerabilidade e urgência. Já o profissional de saúde, à direita, está de costas para a câmera, com atenção voltada para as imagens em uma tela. O jaleco branco sugere que ele é médico ou técnico de saúde. Ele parece estar explicando ou analisando algo relacionado às imagens que estão sendo exibidas, de modo contínuo com a locução em off: *Ou alguém que está torcendo para ser ajudado.*

A campanha, na cena seguinte, culmina com a imagem de um grupo celebrando um aniversário, com um rapaz ajustando uma máquina fotográfica e seis pessoas (uma senhora, um casal, duas crianças e ele) em uma celebração. Isso enfatiza como a doação de sangue permite a celebração de momentos importantes, promovendo saúde e felicidade.

A mensagem final apresenta o desenho de uma gota de sangue e a frase: *Doe sangue regularmente e ajude a quem precisa*, complementada pelos slogans do SUS, o telefone 136, o site e a frase: *Procure um hemocentro e seja um doador regular.* Esta imagem reforça a mensagem de que a doação de sangue é um ato contínuo e essencial, e pode incentivar o público a se engajar regularmente.

A análise geral revela que a campanha usa uma narrativa visual para conectar momentos de vida e experiências emocionais através da metáfora do sangue. A mangueira que interliga as imagens simboliza a continuidade e o impacto da doação. O vídeo apresenta personagens em situações cotidianas, como um homem doando sangue, uma criança brincando e uma família celebrando, demonstrando o impacto da doação em várias esferas da vida. A mensagem final direciona para uma ação concreta, incentivando a doação regular de sangue e destacando seu valor para a vida e a saúde das pessoas.

#### **4.2.2. Cartaz Oficial**

Na imagem 26, analisamos o cartaz de uma campanha nacional de doação de sangue do ano de 2017. Ele utiliza recursos visuais e textuais para sensibilizar o público, com ênfase na fidelização de doadores e no recrutamento de novos participantes.

Figura 26 - "Doe sangue regularmente e ajude a quem precisa" – Cartaz Oficial



Fonte: conasems.org.br

A imagem apresenta, em seu canto superior esquerdo, uma gota de sangue estilizada que cumpre a função de ícone visual e imediato do tema da campanha. Este símbolo é amplamente reconhecido e, neste contexto, estabelece uma conexão direta com a prática de doação de sangue, representando, de maneira clara, a essência da campanha.

O texto principal, *Doe sangue regularmente e ajude quem precisa*, é destacado em letras grandes e de fácil leitura, com as palavras *doe sangue* e *ajude quem precisa* realçadas em vermelho. A escolha cromática do vermelho parece ser estratégica, evocando diretamente a cor do sangue e reforçando a urgência e a importância da mensagem. Essa escolha de cor pode atuar como um gatilho psicológico que desperta a atenção e provoca uma resposta emocional imediata, o que é essencial para o engajamento do público-alvo.

Os personagens, posicionados em ambos os lados da palavra "vida", são apresentados de maneira a sugerir acolhimento e confiança. À esquerda, temos um homem branco vestindo uma camiseta vermelha e calça jeans clara; à direita, uma mulher negra vestindo uma camisa jeans e calça preta. As expressões amigáveis e a postura relaxada dos personagens comunicam acessibilidade e segurança, aspectos cruciais para encorajar a doação de sangue. A presença da mulher negra como um dos personagens principais promove a diversidade e a inclusão, elementos essenciais em campanhas de saúde pública.

No centro da imagem, a palavra *vida* é escrita em vermelho, com um design que simula o movimento fluido do sangue nas veias. Essa palavra, que atua como o elemento central da composição, é visualmente estilizada para parecer uma linha contínua, lembrando um tubo de sangue ou um vaso sanguíneo. Esse design não apenas reforça a metáfora do fluxo vital que o sangue representa, mas também sugere a continuidade e a interconexão entre a

doação e a vida, ressaltando o impacto direto e contínuo que a doação de sangue tem na sobrevivência de outras pessoas.

Nas extremidades da palavra *vida*, os curativos circulares são elementos que estabelecem uma ligação visual com a realidade prática da doação de sangue. Os curativos não apenas remetem ao cuidado pós-doação, mas também amplificam a mensagem de que, ao doar sangue, os doadores estão, literalmente, cuidando da vida de outras pessoas. Essa imagem de proteção e cuidado reforça a ideia de que a doação de sangue é um ato que transcende o gesto físico, carregando um significado profundo de solidariedade e preservação da vida.

Do ponto de vista das pedagogias culturais, a imagem pode ser analisada como um recurso educativo que utiliza elementos visuais para comunicar valores e práticas sociais. A tentativa de inclusão de diversidade nos personagens é falha, pois apresenta apenas duas etnias, sendo elas a branca e a negra. A análise das imagens do vídeo revela uma narrativa visual que conecta momentos e experiências da vida através do fluxo sanguíneo, simbolizado pela mangueira que interliga as cenas.

O cartaz oficial da campanha complementa o vídeo ao utilizar elementos visuais e textuais para atingir o público-alvo. A presença de uma gota de sangue estilizada e a ênfase na palavra "vida", acompanhada de personagens dispostos em ambos os lados, reforça a mensagem central da campanha.

### **4.3. Campanha “Seja Solidário. Doe Sangue. Doar é Um Ato de Amor” – ano 2020**

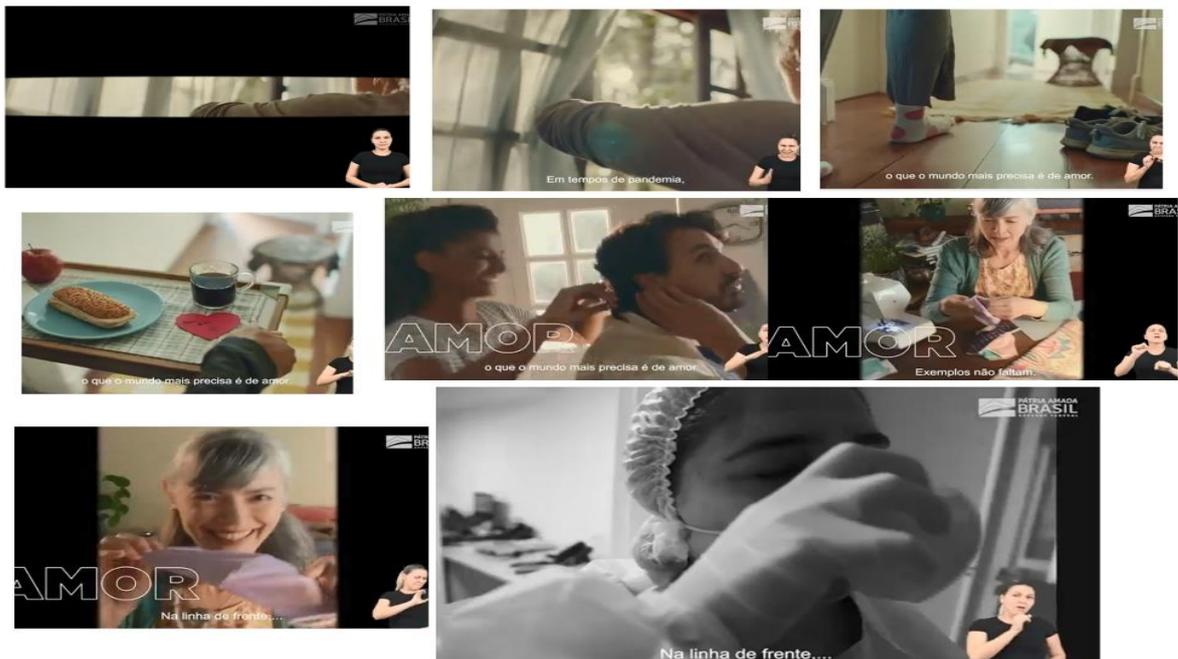
#### **4.3.1. Vídeo**

Em 2020, foi promovida a campanha de doação de sangue com o título *Seja Solidário. Doe Sangue. Doar é um Ato de Amor*. O objetivo central da campanha era incentivar as doações de sangue durante a pandemia da COVID-19, em um período em que o sistema de saúde enfrentava desafios relacionados à manutenção dos estoques de sangue, de acordo com o Ministério da Saúde (2020).

Com a pandemia, observou-se uma redução significativa no número de doadores de sangue, resultado do receio de contágio e das medidas de distanciamento social. A campanha visava informar a população sobre a segurança dos procedimentos de doação e a importância desse ato para o tratamento de pacientes que dependem de transfusões regulares, como aqueles com doenças crônicas, em tratamento oncológico e vítimas de acidentes.

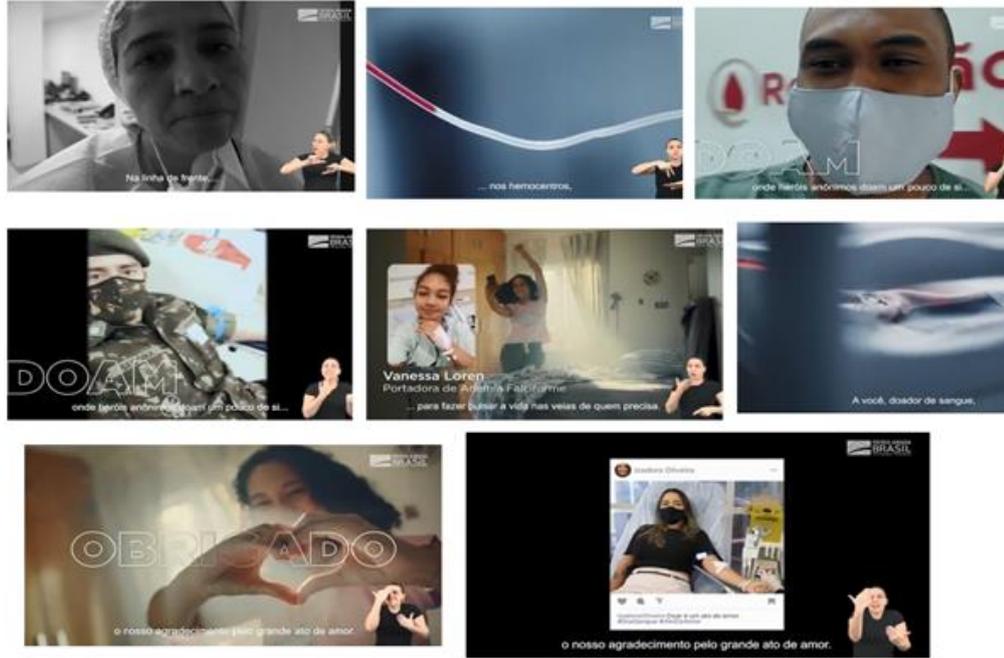
O slogan *Seja Solidário. Doe Sangue. Doar é um Ato de Amor* parece apelar ao senso de responsabilidade social, enfatizando que a doação de sangue contribui para salvar vidas e é "um ato de amor". As peças publicitárias da campanha focaram na segurança dos locais de doação e no processo de doação de sangue, destacando as medidas de higienização e distanciamento adotadas para proteger os doadores. As imagens apresentaram cenas de doação em hospitais e hemocentros, com profissionais de saúde utilizando equipamentos de proteção individual, conforme mostrado nas figuras 27, 28 e 29. Embora em algumas das cenas as máscaras não estivessem sendo usadas corretamente, como na cena em que a profissional de saúde retira a máscara, é possível observar que alguns personagens estavam sem máscaras. Seria correto, no auge da pandemia, em um vídeo de campanha institucional, aparecerem pessoas sem máscara?

Figura 27 - Doe sangue regularmente. Doar é um ato de amor – Filme publicitário - Prints do Vídeo – 1



Fonte: Montagem produzida pela autora através de prints do vídeo

Figura 28 - Doe sangue regularmente. Doar é um ato de amor – Filme publicitário - Prints do Vídeo –2



Fonte: Montagem produzida pela autora através de prints do vídeo

Figura 29- Doe sangue regularmente. Doar é um ato de amor – Filme publicitário - Prints do Vídeo – 3



Fonte: Montagem produzida pela autora através de prints do vídeo

A campanha também abordou o impacto coletivo da doação de sangue, mostrando como esse ato pode contribuir para a saúde da população, especialmente em um contexto de crise sanitária. Ao associar a doação de sangue a valores como amor e solidariedade, a

campanha procurou estimular a ação do público, incentivando a doação mesmo em meio às dificuldades impostas pela pandemia.

#### 4.3.2. Cartaz Oficial

A imagem do cartaz da campanha de doação de sangue de 2020 apresenta, no plano principal, como destaque, um braço estendido com um punho cerrado, o que sugere força e determinação. Este braço ocupa a maior parte da imagem. Do braço emerge uma linha vermelha que se curva e forma a letra *é*, fazendo a conexão: *Doar é um ato de amor*. Esta frase é acompanhada por uma representação estilizada de uma gota de sangue, reforçando pelo texto a associação direta do ato de amor, como mostra a figura 30, que apresenta o cartaz oficial da campanha, mas destoando da imagem do braço forte em destaque.

Figura 30 - Campanha Seja Solidário. Doe Sangue. Doar é Um Ato de Amor. Cartaz oficial



Fonte: Portal gov.br

Acima do braço, na parte superior da imagem, está o texto: *Seja solidário, doe sangue*, em letras caixa alta, nas cores brancas sobre um fundo vermelho, cor frequentemente associada ao sangue. O texto, muito direto, evidencia um chamado à ação. A tipografia utilizada é forte e direta. Logo abaixo do braço, em letras grandes e azuis, está o texto: *Doar é um ato de amor*. A cor azul utilizada no texto contrasta com o fundo alaranjado, garantindo que a mensagem seja facilmente legível e tenha um impacto visual significativo. A escolha das palavras parece apelar para o lado emocional do público, associando o ato de doar sangue ao amor e à solidariedade. No entanto, a linguagem visual não transmite essa mensagem, uma vez que o braço não apresenta marcas de delicadeza e afeto, mas sim de força.

O fundo da imagem é composto por uma colagem de fotografias em tons alaranjados, que parecem ser aplicadas como uma marca d'água. Essas imagens de fundo mostram pessoas em situações relacionadas à doação de sangue, com ênfase nos doadores. Não é possível identificar a profissão da maioria dos doadores; apenas duas fotos, no alto à direita, apresentam dois homens cujas vestimentas parecem ser do exército (farda com tecido de camuflagem) e da aeronáutica ou naval (farda de cor branca com distintivo no braço).

As imagens de fundo, em um tom mais suave e menos saturado, criam uma textura visual que adiciona profundidade à composição. Além disso, as imagens de fundo, por estarem em um tom semelhante ao do fundo alaranjado, dão a impressão de estarem integradas de maneira orgânica à composição, quase como se fizessem parte da textura do fundo.

A campanha apresenta uma linguagem predominantemente apelativa e informativa, com uma mensagem central que busca promover a solidariedade e a compaixão junto ao público. Ao destacar que, *Doar é um ato de amor*, a campanha também transmite uma mensagem informativa sobre os benefícios emocionais e sociais da doação de sangue, além dos aspectos práticos. A linguagem apelativa é evidente na frase-chave *Seja Solidário. Doe Sangue*, que convoca o senso de solidariedade e responsabilidade social do público. Além disso, a expressão *Doar é um ato de amor* ressalta o aspecto emocional da doação de sangue, incentivando os indivíduos a agirem movidos pela compaixão e empatia em relação àqueles que necessitam. A linguagem escrita diz *ato de amor*, mas as imagens reforçam a ideia de força, evidenciada pela imagem do braço em primeiro plano e pelos dois doadores das Forças Armadas no plano de fundo. Ou seja, a mensagem textual e visual é antagônica.

#### **4.4. Campanha “Doe sangue regularmente. Com a nossa união, a vida se completa” – ano 2021**

##### **4.4.1. Vídeo**

A mensagem central transmitida pela campanha de 2021, intitulada *Doe sangue regularmente. Com a nossa união, a vida se completa*, destaca a importância da doação regular de sangue como um ato de compromisso com a vida. Contudo, a segunda parte da frase não está clara. O que significa *a vida se completa*? Parece faltar um complemento para entendermos o sentido da frase.

A campanha publicitária em análise é um vídeo de 1 minuto que utiliza uma narração em off, com uma voz masculina grave e tranquila. A escolha dessa voz visa criar um ambiente de confiança e introspecção. O texto narrado segue da seguinte forma: *As pessoas são diferentes. Cada uma tem seu jeito, seu gosto, sua mania, sua marca registrada. Únicos. Ser humano é isso, certo? Certo. Mas eu quero te falar sobre dois tipos de pessoas: as que precisam de sangue e os heróis que podem ajudar a salvar vidas. E sabe o que é melhor? Vocês não precisam ser parecidos. Digo mais: vocês não precisam nem se conhecer. Mas eu conheço, porque, correndo aqui dentro, eu não vejo diferença. Doe sangue regularmente. Com a nossa união, a vida se completa.*

O texto é estruturado em uma sequência com o intuito de envolver emocionalmente o espectador, e a trilha sonora acentua essa emoção. O texto começa com uma afirmação sobre a diversidade humana: *As pessoas são diferentes. Cada uma tem seu jeito, seu gosto, sua mania, sua marca registrada.* Quando se diz *as pessoas são diferentes*, a imagem mostra uma pessoa asiática sem máscara. Corte. Em seguida, aparece um homem negro colocando a máscara. No instante em que o homem coloca a máscara, a frase termina, no tempo 00:10. Duas imagens preenchem a tela dividida ao meio. No lado esquerdo, uma menina toca violino sem máscara; no lado direito, um homem toca violão, mas com máscara. Em várias cenas, aparece de um lado uma pessoa com máscara e, do outro, sem máscara.

No texto, é possível verificar uma transição significativa: *Únicos. Ser humano é isso, certo? Certo. Mas eu quero te falar sobre dois tipos de pessoas: as que precisam de sangue e os heróis que podem ajudar a salvar vidas.* Aqui, o locutor introduz uma dicotomia entre dois grupos: os que *precisam* de sangue e os que *doam* sangue, chamados de *heróis*. Essa construção binária não é interessante, pois não acolhe a diversidade, nem o espírito comunitário. No entanto, é interessante notar que essa categorização parece contrastar com a ideia de que todos são *únicos* e *iguais*, estabelecendo uma tensão entre a diversidade e a necessidade de uma ação unificadora.

A contradição percebida entre a afirmação de igualdade e a categorização em dois grupos é uma questão relevante para a análise. A primeira parte do texto afirma que as pessoas são únicas e diferentes, mas, em seguida, cria uma divisão entre *as que precisam de sangue e os heróis*. Esse aparente conflito pode ser uma estratégia retórica deliberada. A questão a ser considerada é: como essa dicotomia serve ao propósito de mobilizar a ação, apesar da aparente contradição com a afirmação de igualdade?

A frase: *Mas eu conheço, porque correndo aqui dentro, eu não vejo diferença* introduz uma outra ambiguidade que pode ser interpretada de várias maneiras. Literalmente, pode sugerir que o locutor é o próprio sangue correndo dentro do corpo, o que enfatiza a ideia de que, biologicamente, todos os seres humanos são iguais e interdependentes. Metaforicamente, *correndo aqui dentro* pode se referir à experiência ou perspectiva pessoal do locutor, possivelmente alguém envolvido no setor de saúde.

A ambiguidade de *correndo aqui dentro* levanta a seguinte questão: O que essa expressão revela sobre a perspectiva do locutor e como ela se relaciona com a mensagem da campanha? Se a interpretação for literal, isso reforça a ideia de igualdade intrínseca entre os seres humanos. Se for metafórica, pode sugerir uma visão profissional ou pessoal que considera a doação de sangue como um ato que une as pessoas, independentemente de suas diferenças.

O texto conclui com a chamada à ação: *Doe sangue regularmente. Com a nossa união, a vida se completa*, essa frase cria confusão, pois, anteriormente, parece ser o sangue quem fala, mas, no final, não há uma mudança de voz, e o slogan da campanha é enunciado como *com a nossa união, a vida se completa*. Essa frase fica sem sentido se for o sangue falando, deixando a mensagem aberta e ininteligível.

Figura 31 - Campanha Doe sangue regularmente. Com a nossa união, a vida se completa – Filme publicitário - Prints do Vídeo – 1



Fonte: Montagem produzida pela autora através de prints do vídeo

Figura 32- Campanha Doe sangue regularmente. Com a nossa união, a vida se completa – Filme publicitário - Prints do Vídeo – 2



Fonte: Montagem produzida pela autora através de prints do vídeo

Figura 33 - Campanha Doe sangue regularmente. Com a nossa união, a vida se completa – Filme publicitário - Prints do Vídeo – 3



Fonte: Montagem produzida pela autora através de prints do vídeo

Figura 34 - Campanha Doe sangue regularmente. Com a nossa união, a vida se completa – Filme publicitário - Prints do Vídeo – 4



Fonte: Montagem produzida pela autora através de prints do vídeo

Figura 35 - Campanha Doe sangue regularmente. Com a nossa união, a vida se completa – Filme publicitário - Prints do Vídeo – 5



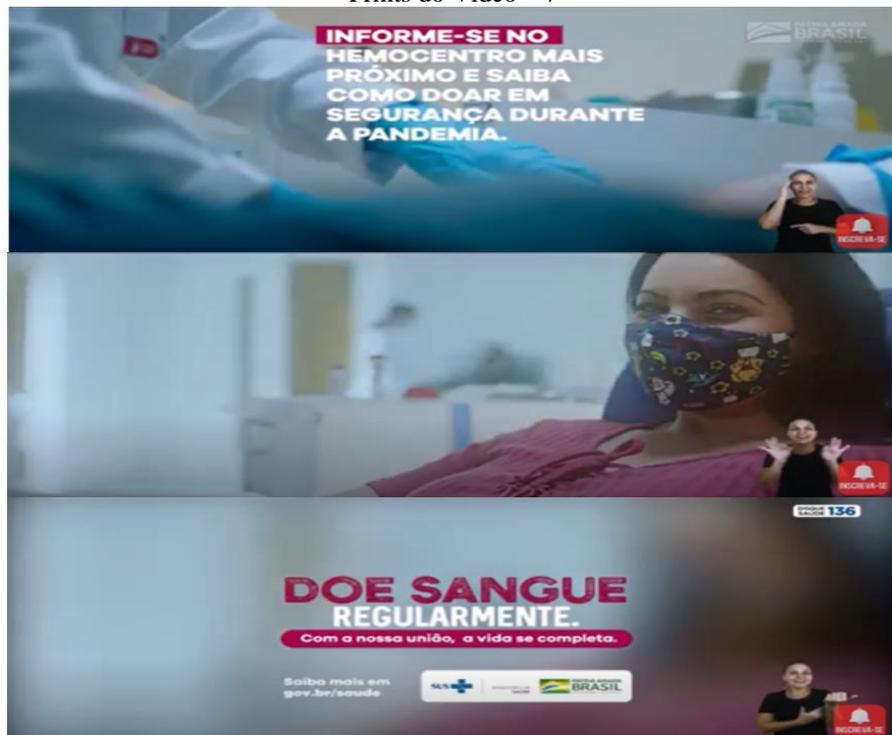
Fonte: Montagem produzida pela autora através de prints do vídeo

Figura 36 - Campanha Doe sangue regularmente. Com a nossa união, a vida se completa – Filme publicitário - Prints do Vídeo – 6



Fonte: Montagem produzida pela autora através de prints do vídeo

Figura 37 - Campanha Doe sangue regularmente. Com a nossa união, a vida se completa – Filme publicitário - Prints do Vídeo – 7



Fonte: Montagem produzida pela autora através de prints do vídeo

As imagens que acompanham a fala mostram pessoas de diferentes perfis, idades e etnias. A diversidade de indivíduos aparece como uma tentativa de representar um público amplo e inclusivo, sugerindo que todos podem contribuir para a causa. Cabe ressaltar que a diferença está enquadrada de maneira visual, pois a cena é dividida em duas imagens: uma mão branca amarrando o sapato de um lado e um pé negro calçando um chinelo azul do outro. Um menino com violino de um lado e um homem com uma viola do outro. Um menino jogando bola em uma metade da tela e uma pessoa em pose de yoga na outra. Uma pessoa digitando de um lado e os pés de uma bailarina em ponta do outro. Um agricultor em uma parte e uma mulher de máscara entregando um produto na outra. Um casal caminhando em uma trilha na mata com máscara em uma metade, enquanto, na outra, um casal de idosos sem máscara dança. Esse enquadramento pode prejudicar a ideia de igualdade, pois coloca os elementos em oposição visual.

As cenas seguintes suavizam o enquadramento quando mostram dois rostos diferentes compondo a mesma imagem. São três cenas, com seis rostos formando três composições. Em seguida, o enquadramento da diferença retorna, exibindo doze rostos individuais olhando diretamente para o espectador. A cena mostra uma bolsa de sangue e pessoas doando, finalizando com a imagem de um homem vestido com o uniforme camuflado do exército. A sequência se encerra com o rosto de uma mulher negra, que sorri para o espectador, apesar de estar usando máscara. Quando a narração diz *eu conheço*, a imagem mostra uma bolsa de sangue.

A peça publicitária utiliza cortes rápidos e uma montagem dinâmica para manter o interesse do espectador. As imagens mostram diferentes momentos da doação de sangue, intercalando com sorrisos (embora muitos rostos estejam cobertos por máscaras) e expressões de satisfação, sugerindo que a doação é uma experiência positiva.

A campanha publicitária faz uso de perfis diversos de pessoas, abrangendo várias etnias, idades e gêneros, refletindo uma tentativa clara de inclusão e diversidade. A inclusão de tantas figuras diferentes parece ter o objetivo de alcançar um público amplo, transmitindo a mensagem de que todos podem e devem participar do ato de doação de sangue. Contudo, essa diversidade, apesar de positiva, corre o risco de se tornar superficial, já que os personagens apresentados não são suficientemente desenvolvidos para representar a complexidade das diferentes realidades sociais e culturais. Ao optar por uma estética padronizada, o vídeo evita estereótipos negativos, mas, ao mesmo tempo, não explora profundamente as nuances culturais. Isso pode ser interpretado como uma abordagem genérica, que não permite uma

verdadeira representação das várias vivências que compõem a diversidade da população brasileira. O vídeo, portanto, caminha sobre uma linha tênue entre a celebração da diversidade e sua simplificação, deixando em aberto a questão de como equilibrar a representatividade com a profundidade cultural.

Ao refletir sobre a campanha, surgem questionamentos importantes. Primeiramente, é possível considerar se a ênfase excessiva na positividade e na diversidade não torna a narrativa superficial. Embora o vídeo seja eficaz em promover o ato de doar sangue como uma experiência positiva, ele não aborda as questões práticas e emocionais que podem influenciar a decisão de uma pessoa em doar, como o medo de agulhas, os desafios logísticos ou a própria desinformação sobre o processo. Isso leva à questão de quão eficiente a mensagem realmente é. Será que a abordagem de transmitir apenas imagens positivas consegue sensibilizar o público que possui receios ou dúvidas sobre o processo de doação? Ou seria mais impactante incluir narrativas que abordassem essas questões de forma mais direta?

Além disso, a campanha poderia ter explorado um pouco mais os desafios enfrentados pelos potenciais doadores. A ausência de conflitos, ainda que simbólicos, no vídeo pode reduzir o impacto emocional da mensagem. A falta de enfrentamento de obstáculos comuns, como o medo da dor ou a desinformação sobre a segurança da doação, poderia ter sido um elemento importante para gerar maior conexão com o público. Assim, surgem perguntas relevantes para reflexão: o vídeo consegue criar uma conexão profunda com o espectador ou se mantém na superfície ao evitar temas mais complexos? Como essa abordagem influencia a percepção do público sobre a doação de sangue? Será que a simplificação da narrativa pode limitar o impacto da campanha e sua capacidade de engajar pessoas que ainda não têm o hábito de doar?

Essas questões podem levar a uma reflexão mais ampla sobre o papel das campanhas de saúde pública e sobre como equilibrar a simplicidade de uma mensagem clara e acessível com a necessidade de abordar as complexidades envolvidas em práticas de saúde, como a doação de sangue.

#### **4.4.2. Cartaz Oficial**

O cartaz da campanha de doação de sangue segue a mesma perspectiva de enquadrar a diferença. De um lado, uma mão negra; de outro, uma mão branca. A imagem central, que mostra duas mãos unidas uma de pele branca e outra de pele negra formando um coração,

busca representar a união entre as pessoas. A linha vermelha que conecta as mãos simboliza o sangue, reforçando o objetivo da campanha, como mostrado na figura 40. O texto que acompanha a imagem apela para o envolvimento contínuo da sociedade na doação, destacando a necessidade de doações regulares e o papel essencial dos profissionais de saúde nessa mobilização.

Figura 38 - Campanha Doe sangue regularmente. Com a nossa união, a vida se completa – Cartaz oficial



Fonte: Portal gov.br

A campanha faz uso de uma representação visual que busca incluir a diversidade, sugerida pela diferença na cor das mãos. Essa escolha reforça a ideia de que a doação de sangue é um ato universal, acessível a todos, independentemente de raça ou origem. No entanto, a ausência de rostos ou de representações mais detalhadas de pessoas pode limitar a identificação pessoal do público com a mensagem, além de reforçar o enquadramento da diferença: de um lado, uma mão; de outro, outra mão. A abordagem se concentra em um símbolo visual que sugere solidariedade, mas não explora as particularidades culturais, sociais ou econômicas que podem influenciar a doação de sangue.

Além disso, o cartaz evita estereótipos, mas a simplificação visual pode não abarcar a complexidade das questões relacionadas à doação. Ao generalizar a experiência da doação por meio de um símbolo de união, a campanha pode não abordar as realidades específicas de diferentes grupos sociais que enfrentam desafios no acesso a informações ou a serviços de saúde.

Surgem, então, alguns questionamentos sobre a eficácia dessa abordagem. Até que ponto a escolha de um símbolo universal, como mãos unidas, é capaz de engajar um público diversificado? A ausência de representações mais específicas pode limitar a conexão emocional e a identificação pessoal com a causa? Mais específicas pode limitar a conexão emocional e a identificação pessoal com a causa?

Outro ponto importante é que o cartaz pode gerar um entendimento equivocado sobre o processo de doação de sangue ao utilizar a imagem de uma linha vermelha conectando diretamente dois braços, sugerindo uma ligação direta entre doador e receptor. Para quem não tem conhecimento sobre como funciona o processo de doação, essa representação visual pode transmitir a ideia errada de que o sangue é transferido diretamente de uma pessoa para outra, o que não é o caso. Na realidade, o sangue doado passa por um processo rigoroso de coleta, armazenamento e distribuição antes de ser transfundido em um receptor.

Esse erro visual é significativo, pois simplifica de maneira extrema o processo, o que pode levar à desinformação. A escolha de representar a doação dessa forma não apenas omite etapas importantes do processo, mas também pode criar expectativas equivocadas sobre o funcionamento real das transfusões de sangue. Além disso, essa representação pode ser vista como uma forma de banalizar a complexidade envolvida na coleta e no uso seguro do sangue doado.

Ao utilizar essa imagem, o cartaz corre o risco de criar uma percepção distorcida sobre a doação de sangue, o que pode afetar negativamente a compreensão pública acerca do processo e dos cuidados envolvidos. Isso levanta a necessidade de uma representação mais precisa e educativa, que informe corretamente sobre as etapas reais da doação, evitando possíveis equívocos.

Uma campanha que visa informar e incentivar ações de saúde precisa ser precisa em sua comunicação para evitar mal-entendidos que possam comprometer a confiança do público na segurança e na eficácia do processo.

Esse lapso levanta uma reflexão crítica sobre a responsabilidade das campanhas publicitárias em fornecer informações corretas e claras. Será que a simplificação visual utilizada nesse cartaz, embora visualmente atraente, cumpre seu papel educativo de maneira eficaz? Quais são as consequências de transmitir uma imagem que distorce a realidade dos procedimentos médicos? Essa abordagem pode comprometer a credibilidade da campanha e, em última instância, afetar o engajamento das pessoas na doação de sangue? Além disso, é importante considerar como a falta de precisão visual pode influenciar as percepções sobre a

segurança do processo de doação e se essa escolha pode gerar medo ou resistência entre potenciais doadores.

#### 4.5. Campanha " Quando você doa sangue ajuda a salvar vidas" – ano 2023

##### 4.5.1. Vídeo

A campanha de doação de sangue de 2023 foca em conscientizar o público sobre a importância do ato de doar sangue e o impacto positivo que essa ação tem na vida de diversas pessoas, como informa o Ministério da Saúde (2023). A narrativa construída ao longo dos 30 segundos do vídeo reforça a ideia de que a doação é um gesto simples, mas com o poder de salvar vidas. A seguir, apresentamos o texto completo narrado no vídeo publicitário, que intercala a locução em voz feminina de tom suave, em off, com as falas dos pais, representados por um homem e uma mulher, reproduzidos no filme publicitário: *Nunca imaginei que iríamos passar por isso. O meu filho, no momento tão delicado, necessitando de doações de sangue para viver. Graças ao sangue doado, meu filho está aqui, vivo.* (mãe) *A sua generosidade salvou a vida do nosso filho. Para todos vocês que doam sangue, muito obrigado!* (pai) *Quando você faz sangue ajuda a salvar muitas vidas. Doe sangue regularmente. Procure o hemocentro mais próximo. Ministério da Saúde. Brasil. União e reconstrução. Governo Federal.* (locução em off).

O texto do filme publicitário para a campanha de doação de sangue de 2023 adota uma narrativa que mescla depoimentos emocionais dos pais com uma mensagem institucional. A construção discursiva do vídeo divide-se em três momentos principais: o depoimento da mãe, o do pai e, por fim, a narração em off, que traz a mensagem oficial da campanha. A fala da mãe inicia o vídeo com um tom de desabafo e vulnerabilidade, ao compartilhar sua experiência pessoal diante de uma situação difícil, mencionando a necessidade urgente de doações de sangue para salvar a vida de seu filho. Esse relato pode despertar empatia no espectador, ao humanizar a questão da doação de sangue e mostrar o impacto direto que essa ação pode ter na vida das pessoas.

Logo a seguir, o depoimento do pai reforça essa carga emocional ao expressar gratidão aos doadores de sangue, reconhecendo sua generosidade como responsável por salvar a vida de seu filho. Ao personalizar a doação de sangue como um ato de solidariedade individual que resultou em um benefício concreto, a narrativa parece reforçar o senso de responsabilidade social do espectador, incentivando-o a se ver como parte de uma comunidade de doadores. A

estratégia utilizada pelos produtores do vídeo foca na conexão emocional com o público, vinculando a imagem da doação de sangue a valores como empatia, altruísmo e senso de dever coletivo.

Em seguida, a locução em off assume um tom mais informativo, mas mantém o apelo emocional ao afirmar que a doação de sangue *ajuda a salvar muitas vidas*. Essa transição para uma linguagem mais objetiva parece transformar o apelo emocional dos depoimentos em uma ação prática, ao orientar o espectador a procurar o hemocentro mais próximo e se tornar um doador regular. A função dessa narração é clara: traduzir o sentimento despertado em uma chamada à ação, conectando o espectador à estrutura de atendimento de saúde.

Em termos de linguagem, o texto do vídeo utiliza predominantemente o apelo emocional como ferramenta persuasiva, ancorado em relatos pessoais que evocam empatia e conexão com o público. A transição para uma linguagem informativa, embora breve, é essencial para fornecer ao espectador as instruções necessárias para agir em função do que foi sensibilizado. No entanto, é importante refletir sobre o equilíbrio entre esses dois tipos de linguagem: até que ponto o foco nos relatos emocionais é suficiente para engajar o público em uma ação concreta? E, por outro lado, será que a mensagem informativa final oferece detalhes suficientes sobre como proceder?

Outra questão relevante é a escolha de representar uma única experiência familiar. Embora essa abordagem personalize a mensagem, pode limitar a representatividade da campanha, deixando de lado outras perspectivas que poderiam trazer maior diversidade à narrativa. Isso levanta o questionamento sobre a necessidade de incluir diferentes perfis de doadores e receptores de sangue, o que poderia ampliar o alcance da mensagem e engajar uma variedade maior de espectadores.

A análise do texto presente no filme publicitário identificou que a inclusão da assinatura institucional ao final do vídeo, ao mencionar o Ministério da Saúde e o Governo Federal, visa legitimar a campanha e reforçar a credibilidade da mensagem transmitida. Essa referência à autoridade governamental tem a função de assegurar ao público que a doação de sangue faz parte de uma política de saúde pública e é um ato de responsabilidade social. Ao vincular a campanha a entidades oficiais, a estratégia busca fortalecer a confiança do espectador na mensagem e incentivar a adesão ao ato de doar sangue como um ato de responsabilidade social.

A campanha publicitária utiliza recursos visuais e narrativos para sensibilizar e mobilizar o público em relação à importância da doação de sangue. As imagens e os

depoimentos desempenham um papel fundamental na construção de uma mensagem que visa conectar o espectador emocionalmente à causa, ao mesmo tempo em que enfatiza a relevância social dessa ação.

O vídeo foca na emoção para transmitir sua mensagem, apresentando cenas de diferentes pessoas e famílias em contextos cotidianos, sugerindo uma tentativa de alcançar um público mais amplo, como mostra as figuras 39 a 42. A inclusão de pessoas com características variadas parece reforçar a ideia de que a doação de sangue é um ato universal. Entretanto, a multiplicidade de imagens em um curto intervalo pode dificultar a compreensão da mensagem central, ao dispersar a atenção do espectador.

Figura 39 - Campanha Quando você doa sangue ajuda a salvar muitas vidas – Filme publicitário - Prints do Vídeo – 1



Fonte: Montagem produzida pela autora através de prints do vídeo

Figura 40 - Campanha Quando você doa sangue ajuda a salvar muitas vidas – Filme publicitário - Prints do Vídeo – 2



Fonte: Montagem produzida pela autora através de prints do vídeo

Figura 41 - Campanha Quando você doa sangue ajuda a salvar muitas vidas – Filme publicitário - Prints do Vídeo – 3



Fonte: Montagem produzida pela autora através de prints do vídeo

Figura 42 - Campanha Quando você doa sangue ajuda a salvar muitas vidas – Filme publicitário - Prints do Vídeo – 4



Fonte: Montagem produzida pela autora através de prints do vídeo

Essa quantidade de imagens pode ser vista como uma tentativa de gerar identificação com o maior número possível de pessoas, mas corre o risco de sobrecarregar o espectador, prejudicando a assimilação da informação essencial.

É importante refletir se o vídeo consegue equilibrar seu apelo emocional com a entrega de informações práticas. Embora o vídeo explore o aspecto emocional da doação de sangue, ele não pode deixar de lado a função educativa, fornecendo informações claras e

objetivas sobre como, onde e quem pode doar. A ausência de tais detalhes pode limitar o impacto da campanha, transformando-a em uma peça meramente emocional, sem converter o engajamento afetivo em ação prática.

Quanto ao ambiente retratado no vídeo, ele parece estar relacionado ao cotidiano familiar, o que reforça a conexão emocional que a campanha deseja estabelecer. Entretanto, vale questionar se essa escolha é suficientemente inclusiva para todos os contextos sociais. Será que a representação de famílias em ambientes que sugerem conforto e estabilidade não exclui outras realidades e experiências de vida? E será que o vídeo consegue transmitir a urgência da doação de sangue de maneira eficaz ou acaba diluindo essa necessidade?

#### **4.5.2. Cartaz Oficial**

O cartaz da campanha de doação de sangue utiliza a imagem de uma criança para destacar a importância das doações regulares, associando essa necessidade à ideia de salvar vidas, como mostra a Figura 43. A imagem central da campanha retrata Rafael<sup>3</sup>, uma criança sorridente, fazendo um gesto de coração com as mãos, simbolizando amor. Embora seu nome apareça em letras pequenas e brancas no canto esquerdo do cartaz, a posição central da imagem de Rafael reforça sua relevância na mensagem da campanha. O texto do cartaz complementa essa imagem ao informar que doar sangue é um ato voluntário e altruísta, capaz de impactar significativamente várias vidas. Essa combinação entre imagem e texto reforça o apelo emocional e pode incentivar o público a se identificar com a figura do doador.

O uso de uma criança como figura central da campanha cria uma conexão direta entre o público e o impacto das doações. O cartaz também utiliza a imagem de uma bolsa de sangue ao lado da criança, reforçando visualmente a mensagem da campanha.

A representação visual do cartaz, ao concentrar-se em uma criança, pode gerar um entendimento mais emocional do processo, mas não aborda as questões práticas ou os detalhes sobre as etapas da doação. A presença de Rafael, uma criança, na campanha, pode ajudar a personificar a necessidade da doação de sangue para indivíduos como ele, que dependem de transfusões sanguíneas para tratar sua condição de saúde. A escolha de uma criança como protagonista da campanha pode ter como objetivo apelar às emoções do público, especialmente à compaixão e ao desejo de proteger e cuidar das crianças, o que pode aumentar a eficácia da mensagem. Vale ressaltar que a criança retratada no cartaz é a mesma

---

<sup>3</sup> Rafael é identificado no canto esquerdo inferior do cartaz com as seguintes palavras: “Rafael de Oliveira precisa de sangue regularmente devido a doença falciforme”.

do vídeo, assim como o fundo de cena no cartaz e no vídeo, que é um parque com gramado e árvores.

A escolha de focar em uma única imagem pode não representar a diversidade de doadores e receptores de sangue, o que levanta reflexões sobre a abrangência da campanha. Por outro lado, ao focar em apenas um personagem e sua história pode criar laços e intimidade com o espectador.

Figura 43 - Cartaz da Campanha " Quando você doa sangue ajuda a salvar vidas" – Cartaz oficial



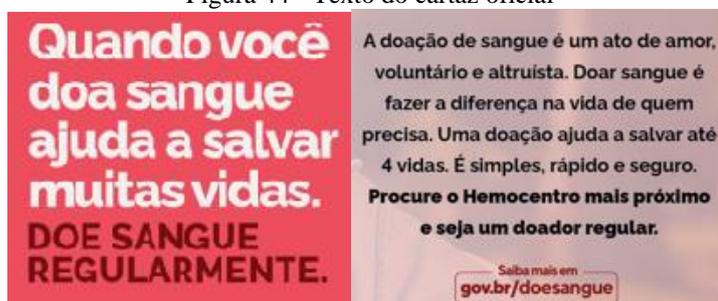
Fonte: Portal gov.br

A linguagem utilizada no cartaz da campanha, conforme exibido na Figura 46, é predominantemente informativa e apelativa. No aspecto informativo, temos as seguintes frases: *Doe sangue regularmente. Uma doação ajuda a salvar até 4 vidas. É simples, rápido e seguro. Procure um hemocentro mais próximo e seja um doador regular.* Essas frases fornecem informações diretas sobre o processo de doação de sangue, seus benefícios e instruções práticas, como a simplicidade e segurança do ato, além da localização de hemocentros.

Como linguagem apelativa, o cartaz apresenta a seguinte frase: *Quando você doa sangue, ajuda a salvar muitas vidas. A doação de sangue é um ato de amor, voluntário e altruísta. Doar sangue é fazer a diferença na vida de quem precisa.* Essas frases têm um tom emocional, apelando para os sentimentos de solidariedade, altruísmo e responsabilidade

social, incentivando o público a doar sangue com base no impacto positivo que pode gerar na vida dos outros.

Figura 44 - Texto do cartaz oficial



Fonte: Montagem produzida pela autora através de print do cartaz.

A mensagem transmitida foi direta e focada em fornecer informações importantes sobre a doação de sangue, destacando sua simplicidade, rapidez e segurança. A campanha enfatizou a importância do ato de doar sangue como um gesto de amor, voluntário e altruísta, capaz de fazer a diferença na vida de quem precisa. Isso fica evidente na história de Rafael, retratada na campanha.

Além disso, a campanha se baseia em valores culturais amplamente reconhecidos, como a compaixão e a generosidade, para motivar as pessoas a agir.

#### 4.6. Análise entre as Campanhas

Ao longo dos anos, as campanhas de doação de sangue no Brasil evoluíram significativamente, refletindo uma crescente busca por sensibilizar a população de maneira mais inclusiva e emocionalmente eficaz. Essa evolução pode ser compreendida por meio da análise de como a mídia e as políticas públicas abordam a doação de sangue. Fischer (1997) discute o papel pedagógico da mídia, argumentando que ela não apenas transmite informações, mas também educa e forma o público, promovendo valores e comportamentos sociais. As campanhas de doação, ao enfatizarem a importância da solidariedade e do altruísmo, inserem-se nesse contexto como ferramentas pedagógicas que moldam a percepção social sobre o ato de doar sangue.

Analizamos as campanhas de 2015, 2017, 2020, 2021 e 2023. Na campanha de 2015, a campanha “Doar sangue é compartilhar vida” destacou-se por uma linguagem mista que combinou aspectos informativos, persuasivos, emocionais e imperativos. Os elementos informativos incluíram dados estatísticos claros, como o aumento de 84% nos transplantes de órgãos e 627% nos atendimentos de urgência, ressaltando a crescente necessidade de sangue.

Esses dados criaram um contexto que justificava a importância da doação, posicionando-a como uma resposta a uma demanda crescente nos serviços de saúde. Assim, a campanha não apenas informou, mas também estabeleceu uma relação entre a ação de doar sangue e a contribuição para a vida de muitas pessoas.

Os aspectos persuasivos foram fundamentais na construção da mensagem, apelando para a responsabilidade e solidariedade dos espectadores. A apresentação da “história real” de Priscila Takamura trouxe uma dimensão humana à campanha, permitindo que o público visse o impacto direto da doação na vida de uma paciente. Essa narrativa não apenas humanizou a causa, mas também estimulou uma conexão emocional com os espectadores, tornando a necessidade de doação mais palpável e urgente. Os elementos emocionais enfatizaram que cada doador pode ser uma parte essencial da recuperação de alguém, contribuindo para a formação de um senso de comunidade e empatia.

A linguagem imperativa da campanha, exemplificada pela instrução “Procure um hemocentro mais próximo”, forneceu um chamado à ação claro e direto. Essa abordagem não apenas orientou os espectadores sobre como agir, mas também consolidou a mensagem de que a doação é um gesto acessível a todos. A combinação desses elementos — informações, apelos emocionais e instruções claras — trabalhou de maneira integrada, promovendo não apenas a conscientização sobre a importância da doação de sangue, mas também incentivando uma ação concreta em prol da saúde coletiva. Assim, a campanha apresentou-se como um modelo eficaz de comunicação em saúde pública, mobilizando a sociedade para a importância da solidariedade e da ação individual.

Já na campanha de 2017, a campanha “Doe sangue regularmente e ajude a quem precisa” destacou-se por sua abordagem informativa e emotiva, buscando reforçar a importância da doação, sensibilizar novos doadores e fidelizar os existentes. A mensagem utiliza uma linguagem informativa que enfatiza o impacto positivo da doação, com frases que ilustram como um ato simples pode beneficiar diversas pessoas em diferentes momentos da vida. A estrutura repetitiva e acessível da locução, acompanhada de imagens que retratam cenas cotidianas, facilita a compreensão do público sobre a relevância do ato de doar sangue, criando um ambiente propício para a sensibilização.

A campanha recorre a uma linguagem emotiva que visa estabelecer uma conexão emocional com o espectador, utilizando cenários variados e personagens que representam diferentes faixas etárias e contextos. As imagens de indivíduos em momentos significativos, como famílias reunidas e crianças brincando, são apresentadas em sinergia com a locução,

que menciona como a doação pode impactar positivamente a vida de estranhos. Essa combinação reforça a mensagem de altruísmo e solidariedade, ressaltando que a doação de sangue é uma ação que transcende o indivíduo e beneficia a coletividade, mesmo sem um retorno pessoal imediato.

A conclusão da mensagem reafirma a importância do ato de doar, evidenciando que, embora o doador não conheça diretamente aqueles que ajuda, ele participa de uma rede de cuidado e apoio. Assim, a campanha se apresenta como um instrumento eficaz para educar e mobilizar a população, promovendo não apenas a doação de sangue, mas também valores de solidariedade e compromisso social.

Em 2020, a campanha *Seja Solidário. Doe Sangue. Doar é Um Ato de Amor* destacou a solidariedade e o amor ao próximo como motivações para a doação de sangue. A linguagem apelativa e emocional buscou sensibilizar a população, especialmente durante a pandemia de COVID-19. A campanha abordou a redução no número de doadores devido ao medo de contágio e às medidas de distanciamento social, enfatizando a segurança dos procedimentos de doação e o impacto positivo que essa ação teria na saúde pública. A mensagem central visou incentivar a doação em um momento crítico, promovendo a ideia de que cada ato de solidariedade poderia contribuir significativamente para salvar vidas.

As peças publicitárias da campanha mesclaram elementos visuais e textuais, com um foco em transmitir tanto a urgência da doação quanto a conexão emocional com o ato de doar sangue. No entanto, a representação visual, especialmente a imagem do braço estendido, sugere força, contrastando com o apelo emocional do slogan. Enquanto a mensagem escrita busca evocar sentimentos de amor e solidariedade, a linguagem visual não reflete essa delicadeza, gerando uma possível incoerência entre o que se pretende comunicar e o que é efetivamente apresentado. Além disso, a escolha de incluir imagens de doadores em fardas militares sugere um viés que pode limitar a percepção sobre a diversidade de pessoas que se engajam na doação.

A campanha também lidou com a necessidade de assegurar a segurança e a proteção dos doadores, mas a presença de elementos visuais que contradizem essas garantias, como a ausência de máscaras em algumas cenas, levanta questões sobre a eficácia da comunicação em um contexto tão delicado. A mensagem se apresenta clara e direta; no entanto, a antítese entre o texto e a imagem pode dificultar a assimilação completa da ideia de amor e solidariedade que se pretendia transmitir. Esse aspecto sugere uma reflexão sobre a

importância de alinhar linguagem textual e visual de forma coesa para fortalecer o engajamento do público em ações sociais durante crises sanitárias.

Em 2021, a campanha "Doe sangue regularmente. Com a nossa união, a vida se completa" focou na importância da doação contínua de sangue para a manutenção dos estoques nos hemocentros. A mensagem central incentivou a colaboração entre as pessoas, destacando a necessidade de um esforço conjunto para garantir que os serviços de saúde atendam à demanda. Essa abordagem buscou engajar a comunidade em torno de um tema relevante, promovendo a responsabilidade coletiva em tempos desafiadores.

A comunicação visual da campanha utilizou elementos que reforçam a ideia de união, apresentando imagens de pessoas diversas em situações de doação. A escolha de cores e gráficos foi cuidadosamente planejada para criar uma conexão emocional, incentivando a participação. A representação visual é um componente crucial, pois pode facilitar a compreensão da mensagem e motivar ações. A inclusão de diferentes perfis de doadores sugere que a doação é um ato acessível a todos. A relação entre a mensagem textual e visual deve ser cuidadosamente considerada para evitar desconexões. A frase "Com a nossa união, a vida se completa" sugere um forte sentido de comunidade, e a representação dos doadores deve refletir essa ideia de forma clara. A eficácia da campanha depende da harmonia entre os elementos, garantindo que o público se sinta motivado a agir conforme a mensagem proposta.

Em 2023, a campanha "Quando você doa sangue, ajuda a salvar vidas" reforçou a importância da doação de sangue como um ato de amor e solidariedade. A linguagem mista, combinando elementos informativos, apelativos e emocionais, buscou motivar a população a se engajar na prática da doação de sangue. O vídeo publicitário, com uma narrativa centrada em depoimentos de pais sobre a experiência de ter um filho que necessitou de transfusões, evocou uma conexão emocional forte, utilizando a vulnerabilidade e a gratidão como ferramentas para sensibilizar o público. A alternância entre relatos pessoais e uma locução informativa permitiu que a mensagem transitasse entre o envolvimento afetivo e a clareza das instruções sobre como e onde doar.

A escolha de apresentar uma única experiência familiar, embora eficaz em criar empatia, suscita questionamentos sobre a representatividade da campanha. Ao se concentrar em uma narrativa específica, a campanha pode reforçar a conexão emocional, mas acaba limitando o escopo das histórias contadas. A inclusão de diferentes perfis de doadores e receptores seria uma estratégia para ampliar a mensagem e alcançar um público mais amplo, refletindo a variedade de realidades que envolvem a doação de sangue.

A repetição da imagem da criança, tanto no vídeo quanto no cartaz, estabelece uma ligação visual poderosa que reforça a urgência da doação, ao humanizar a necessidade de sangue. No entanto, essa singularidade pode restringir a compreensão da amplitude da questão, já que a doação de sangue afeta uma gama diversa de pessoas e situações. Ao focar exclusivamente em uma representação específica, a campanha corre o risco de não abranger a complexidade da realidade social em que está inserida, potencialmente deixando de lado segmentos da população que também poderiam se sentir representados e motivados a doar.

Essa limitação pode prejudicar a eficácia da campanha em atingir diferentes grupos, e a diversidade visual e narrativa poderia aumentar o impacto social da mensagem, promovendo uma maior inclusão e conscientização.

No cartaz, a presença de uma criança associada ao gesto de amor e à imagem de uma bolsa de sangue complementa a narrativa emocional, enquanto as informações práticas fornecidas orientam o público sobre a doação. A simplicidade e a clareza das instruções são fundamentais para que a mensagem se converta em ação. No entanto, a ausência de detalhes mais profundos sobre o processo de doação e a repetição de uma única imagem podem limitar o impacto educativo da campanha. Portanto, o equilíbrio entre apelo emocional e informação prática é essencial para garantir que o público não apenas se sinta motivado, mas também preparado para agir.

A análise de campanhas publicitárias voltadas à doação de sangue revela uma relação intrínseca entre os valores culturais e as estratégias de comunicação, que utilizam as pedagogias culturais para influenciar comportamentos sociais. Giudice (2022) enfatiza que essas campanhas recorrem a estratégias biopolíticas que, ao mesmo tempo em que incentivam ações de doação, também moldam o comportamento e as práticas sociais dos indivíduos, funcionando como um dispositivo de governança. Ao retratar a doação como um ato de compaixão e altruísmo, as campanhas publicitárias reforçam ideais culturais e promovem uma narrativa que posiciona o ato de doar como moralmente desejável. Esse enfoque também se reflete na adaptação das campanhas ao contexto cultural específico, o que evita estereótipos e amplia o alcance das mensagens para diferentes públicos.

Além disso, Pimentel (2006) explora as políticas públicas de hemoterapia, evidenciando como as campanhas de doação de sangue estão alinhadas a essas políticas para promover o engajamento social. A evolução dessas campanhas mostra uma crescente ênfase na doação como um ato voluntário e altruísta, que não apenas atende às necessidades de saúde pública, mas também reforça a responsabilidade coletiva da população.

As pedagogias culturais nos ajudam a entender como as campanhas se adaptam ao contexto cultural e social em que estão inseridas. Ao evitar estereótipos e retratar a doação de sangue como uma prática universalmente benéfica e acessível, as campanhas buscam alcançar uma ampla gama de pessoas, independentemente de sua origem ou identidade.

A conexão entre os Estudos Culturais e as políticas públicas nas campanhas de doação de sangue torna-se evidente por meio da maneira como a mensagem é adaptada e comunicada para se conectar com aspectos culturais e sociais da sociedade. As campanhas buscam não apenas informar sobre a importância da doação de sangue, mas também sensibilizar o público acerca do significado mais profundo por trás desse gesto, alinhando-se com os valores culturais predominantes.

A análise de Silva (2000) sobre a Teoria Cultural fornece uma perspectiva adicional ao sugerir que as campanhas midiáticas refletem mudanças culturais e sociais. As campanhas analisadas nesta pesquisa, ao adotarem uma abordagem mais inclusiva e emocional, indicam uma transformação na forma como a cultura e a pedagogia se entrelaçam, moldando a identidade social e promovendo a responsabilidade social.

Os Estudos Culturais, conforme discutido por Bonin et al. (2020) e Costa et al. (2016), ajudam a entender como as campanhas de doação funcionam como um campo de batalha cultural, onde são disputados significados sobre altruísmo e solidariedade. Essas campanhas, ao apelarem para emoções e valores compartilhados, não apenas informam, mas também constroem narrativas que influenciam a forma como os indivíduos percebem seu papel na comunidade.

Finalmente, o estudo de Góis et al. (2023) sobre a percepção de usuários de mídias digitais revela que a eficácia das campanhas publicitárias depende de sua capacidade de se conectar emocionalmente com o público. A evolução das campanhas para uma abordagem mais inclusiva e emocional reflete uma adaptação às novas expectativas dos usuários de mídias, que valorizam uma comunicação mais afetiva e personalizada.

Portanto, ao revisar as campanhas de doação de sangue no Brasil com base nos referenciais teóricos analisados, fica evidente que essas campanhas têm evoluído para adotar novas formas de comunicação. Elas não se limitam a fornecer informações, mas buscam envolver a população de maneira mais profunda, promovendo um entendimento mais amplo sobre a importância da doação de sangue. Essa evolução reflete um esforço para conectar-se com o público e fomentar uma maior conscientização e participação social.

Após analisar as campanhas de doação de sangue dos anos de 2015, 2017, 2020, 2021 e 2023, podemos destacar algumas conclusões e reflexões sobre os resultados obtidos.

É fundamental ressaltar a conexão entre os Estudos Culturais e as políticas públicas nas campanhas de doação de sangue. A forma como essas campanhas são planejadas, desenvolvidas e implementadas reflete não apenas as políticas de saúde pública, mas também os valores, crenças e práticas culturais da sociedade. Portanto, é essencial uma abordagem holística que leve em consideração não apenas os aspectos técnicos da doação de sangue, mas também as dimensões sociais, culturais e políticas envolvidas (Giudice, 2022).

Giudice (2022) explora as estratégias biopolíticas em campanhas publicitárias voltadas para a doação de órgãos e tecidos, analisando como essas campanhas mobilizam discursos que governam os corpos e as vidas dos indivíduos. A autora investiga como essas estratégias utilizam narrativas que entrelaçam questões de vida, morte e solidariedade, incentivando a doação a partir de uma perspectiva que envolve o controle social e as práticas biopolíticas.

Essa análise pode ser comparada às campanhas de doação de sangue, que também se baseiam em discursos de solidariedade e altruísmo, mas com nuances diferentes devido à natureza da doação. Enquanto as campanhas de doação de sangue tendem a enfatizar a simplicidade e a rapidez do ato de doar, as campanhas de doação de órgãos e tecidos muitas vezes exploram questões mais complexas, como a continuidade da vida e o legado pós-morte. Ambas as campanhas, no entanto, compartilham o objetivo de sensibilizar e engajar a população, utilizando elementos emocionais para promover uma ação voluntária que, de certa forma, governa os corpos e as escolhas dos indivíduos.

Ao abordar a comparação entre essas campanhas, pode-se discutir como as estratégias biopolíticas identificadas por Giudice (2022) também podem estar presentes nas campanhas de doação de sangue, ainda que de maneira distinta. Essa comparação ressalta a importância de uma análise que considere tanto os aspectos técnicos quanto as dimensões sociais e culturais dessas campanhas.

A análise das campanhas de doação de sangue permite compreender não apenas os desafios e oportunidades associados à promoção dessa prática, mas também as complexidades e dinâmicas que permeiam a interação entre política, cultura e saúde pública. De acordo com Pereira et al. (2019), essa compreensão é fundamental para o desenvolvimento de estratégias eficazes e sustentáveis de incentivo à doação de sangue e, conseqüentemente, para o fortalecimento do sistema de saúde como um todo.

No entanto, apesar dos avanços e das boas intenções por trás das campanhas de doação de sangue, ainda há desafios a serem enfrentados. Segundo Santos (2019), um dos principais desafios é a necessidade de garantir a continuidade e a sustentabilidade dessas iniciativas ao longo do tempo, independentemente das mudanças políticas e das crises emergenciais.

Outro ponto a considerar, segundo Silva, Pereira e Filho (2015), é a necessidade de combater a desinformação e os mitos relacionados à doação de sangue, bem como superar possíveis barreiras sociais, culturais e econômicas que possam impedir as pessoas de doar. Isso requer uma abordagem abrangente que envolva não apenas o governo, mas também a sociedade civil, o setor privado, as instituições de ensino e outras partes interessadas.

Branco et al. (2022) apontam que é essencial avaliar continuamente o impacto das campanhas de doação de sangue e ajustar as estratégias conforme necessário. Isso inclui monitorar o número de doadores, acompanhar as tendências de doação ao longo do tempo e realizar pesquisas para entender melhor as motivações e os obstáculos enfrentados pelas pessoas em relação à doação de sangue.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando a jornada histórica da doação de sangue, é evidente que esse ato altruísta e humanitário tem desempenhado um papel crucial ao longo do tempo. Desde os primeiros relatos de transfusões sanguíneas até os avanços modernos da medicina transfusional, a doação de sangue tem sido um elo vital na preservação da vida. Ao refletir sobre as práticas antigas de transfusão, permeadas de mitos e desconhecimento, até as rigorosas normas e protocolos de segurança adotados atualmente, percebemos uma evolução significativa na compreensão e na prática dessa ação. Durante a pesquisa, foi ressaltada a importância de reconhecer e valorizar a história da doação de sangue como parte integrante do progresso humano na busca por uma saúde mais justa e igualitária.

A jornada histórica da doação de sangue também nos ensina sobre a capacidade de solidariedade e empatia que permeia a condição humana. Ao longo dos séculos, pessoas de diferentes culturas e épocas responderam ao chamado de ajudar o próximo por meio da doação de sangue, mesmo diante de desafios e adversidades. Essa trajetória histórica nos inspira a continuar promovendo a conscientização e a participação na doação de sangue, reconhecendo-a não apenas como um ato médico, mas como um gesto de amor ao próximo e de compromisso com a vida. Que possamos, assim, honrar essa história e seguir adiante, fortalecendo os laços de solidariedade que unem a humanidade.

Ao explorar a interação entre mídia, educação e estudos culturais na promoção da doação de sangue, torna-se evidente o papel crucial que esses elementos desempenham na formação de percepções e atitudes em relação a essa prática altruística. A mídia, como um poderoso veículo de comunicação, exerce uma influência significativa na maneira como o público percebe e responde à doação de sangue. Suas representações, narrativas e mensagens destacam as crenças e comportamentos individuais e coletivos relacionados a esse ato humanitário.

No contexto dos estudos culturais, a mídia e a educação são vistas como partes integrantes do processo de construção e negociação de significados sociais. Elas não apenas refletem as normas e os valores culturais existentes, mas também têm o potencial de desafiar e transformar essas estruturas por meio da conscientização e da educação. Ao examinar as representações da doação de sangue na mídia e nos sistemas educacionais, podemos identificar oportunidades para promover uma cultura de doação mais inclusiva e engajada.

De acordo com Souza e Martínez (2020), é importante reconhecer que as campanhas de doação de sangue são apenas uma parte da equação. Para que haja um impacto real e duradouro, é fundamental investir em políticas públicas mais amplas que abordem as questões estruturais que afetam a saúde e o bem-estar da população, como o acesso equitativo aos serviços de saúde, a melhoria das condições de trabalho e a remuneração dos profissionais de saúde, e a promoção de estilos de vida saudáveis.

Portanto, destaca-se a importância de reconhecer e aproveitar o poder da mídia e da educação como ferramentas para sensibilizar e mobilizar as pessoas em prol da doação de sangue. Ao integrar abordagens interdisciplinares e estratégias de comunicação eficazes, podemos promover uma mudança positiva na forma como a doação de sangue é percebida, compreendida e praticada em nossa sociedade.

A intersecção entre mídia, educação e estudos culturais oferece uma oportunidade única para explorar e compreender as complexidades das representações da doação de sangue em diferentes contextos sociais, culturais e históricos. Ao examinar como esses elementos interagem e influenciam mutuamente as atitudes e comportamentos em relação à doação de sangue, podemos identificar estratégias para promover uma cultura de doação mais abrangente e participativa.

Nesse sentido, é fundamental reconhecer não apenas o potencial positivo da mídia e da educação na promoção da doação de sangue, mas também os desafios e as limitações associadas a esses processos. É necessário abordar criticamente as representações da doação de sangue na mídia, evitando estereótipos prejudiciais e promovendo uma narrativa inclusiva e empoderadora. Fica claro também que é essencial desenvolver programas educacionais abrangentes que abordem não apenas os aspectos técnicos da doação de sangue, mas também as questões sociais, culturais e éticas relacionadas a esse tema. Ao colaborar de forma multidisciplinar, podemos trabalhar juntos para superar os desafios e maximizar o impacto positivo dessas ferramentas na promoção da saúde e do bem-estar de nossa comunidade.

O estudo de Souza e Martínez (2020) corrobora essa perspectiva ao destacar o papel da escola na promoção de ações voltadas à doação, mostrando como o ambiente educacional pode se articular com campanhas publicitárias para fomentar a conscientização e o engajamento social. A escola, enquanto instituição socializadora, desempenha um papel essencial na construção de valores de solidariedade e responsabilidade coletiva, elementos que também são explorados nas campanhas de doação de sangue. As pedagogias culturais, nesse contexto, oferecem um arcabouço teórico para compreender como os discursos e

práticas educativas se entrelaçam com a mídia e a publicidade para reforçar e disseminar valores culturais.

A pesquisa de Góis et al. (2023) sobre a percepção dos usuários de mídias digitais em relação aos conteúdos educacionais para a promoção da doação de sangue reflete a crescente importância das plataformas digitais na disseminação de campanhas de conscientização. O estudo ressalta que o uso dessas mídias permite uma maior segmentação do público, adaptando as mensagens às diferentes realidades culturais e sociais. Dessa forma, as campanhas se tornam mais eficazes ao dialogar diretamente com as experiências e expectativas dos indivíduos, fortalecendo o impacto educativo e a adesão às práticas de doação.

É essencial considerar a dinâmica em constante mudança da mídia e da educação na era digital. Com o avanço da tecnologia e a proliferação das redes sociais, novas oportunidades e desafios surgem na promoção da doação de sangue. A rápida disseminação de informações e a capacidade de alcançar públicos diversos em tempo real oferecem um potencial sem precedentes para sensibilizar e mobilizar pessoas em prol da causa da doação de sangue. No entanto, é importante também estar ciente dos riscos associados à disseminação de desinformação e à falta de controle sobre a qualidade das mensagens transmitidas.

Assim, nota-se a necessidade de adotar uma abordagem crítica e reflexiva ao explorar a interseção entre mídia, educação e estudos culturais na promoção da doação de sangue. Ao reconhecer o poder e a complexidade desses elementos, podemos desenvolver estratégias mais eficazes e responsáveis para envolver e capacitar indivíduos e comunidades na prática da doação de sangue, contribuindo, assim, para salvar vidas e promover um mundo mais solidário e saudável.

Promovendo uma educação midiática informada pelos estudos culturais, os educadores podem ajudar os alunos a desenvolver habilidades essenciais, como pensamento crítico, análise de fontes, capacidade de argumentação e empatia. Essas habilidades são fundamentais para navegar de forma crítica no mundo midiático em constante evolução e para participar ativamente do debate público em uma sociedade democrática. Diante disso, ao adotar uma abordagem informada pelos estudos culturais na educação midiática, os educadores podem desempenhar um papel vital na formação de cidadãos informados, críticos e engajados, capazes de compreender e transformar as complexas dinâmicas culturais e sociais que permeiam a mídia contemporânea. Essa perspectiva é essencial para construir uma sociedade

mais justa, inclusiva e democrática, onde todos tenham voz e agência na construção do futuro comum (Soares, 2014).

Sobre a análise das campanhas publicitárias sobre a doação de sangue, é possível destacar uma série de conclusões e reflexões significativas. Ao longo dos anos examinados, observamos uma diversidade de abordagens, mensagens e estratégias empregadas nas campanhas nacionais de incentivo à doação de sangue. A mensagem central transmitida variou desde apelos emocionais até informações práticas sobre o processo de doação, refletindo uma tentativa de alcançar diferentes públicos e despertar sua consciência e interesse na causa.

A análise das imagens utilizadas nas campanhas revelou uma variedade de perfis de personagens, locais e situações representadas. Com isso, as campanhas buscaram retratar a diversidade da sociedade brasileira e destacar a importância universal da doação de sangue. No entanto, também identificamos a presença de estereótipos e simplificações em algumas campanhas, o que levanta questões sobre a representatividade e inclusão dentro dessas iniciativas.

Quanto à linguagem das campanhas, encontramos uma mistura de abordagens informativas, apelativas e, em alguns casos, sensacionalistas. Enquanto algumas campanhas optaram por fornecer informações claras e objetivas sobre o processo de doação e sua importância, outras recorreram a apelos emocionais e dramáticos para atrair a atenção do público. Essas escolhas linguísticas e estilísticas refletem não apenas as estratégias de comunicação adotadas, mas também as percepções e expectativas culturais em relação à doação de sangue.

Ao contextualizar essas campanhas dentro da perspectiva das pedagogias culturais, podemos entender melhor como elas contribuem para a construção de significados e valores sociais relacionados à doação de sangue. A discussão dos resultados dessa análise nos permitiu compreender os desafios e oportunidades associados à promoção da doação de sangue por meio da publicidade.

A conexão dos estudos culturais com as políticas públicas é fundamental para entender como as representações da doação de sangue na mídia e na publicidade são moldadas e influenciadas por agendas políticas e interesses institucionais. Por meio dessa análise, podemos identificar as complexas dinâmicas de poder e hegemonia que permeiam a produção e a circulação de discursos sobre a doação de sangue, permitindo-nos questionar e desafiar narrativas dominantes e exclusivas.

A relação entre os estudos culturais e as políticas públicas na campanha de doação de sangue se reflete na forma como a mensagem é moldada para se adequar ao contexto cultural e social, alinhando-se com os valores e prioridades da sociedade e do governo.

Refletindo sobre as conclusões desta análise, é fundamental reconhecer tanto os avanços quanto as limitações das campanhas publicitárias voltadas para a doação de sangue. Embora essas iniciativas desempenhem um papel crucial na sensibilização e mobilização do público, também enfrentam desafios significativos, como a escassez de recursos, a concorrência com outras mensagens e a resistência cultural e social em relação à doação de sangue.

Assim, as considerações finais deste estudo ressaltam a necessidade de uma abordagem integrada e holística para promover a doação de sangue, que considere não apenas as estratégias de comunicação e publicidade, mas também os contextos políticos, sociais e culturais mais amplos em que essas iniciativas estão inseridas. Apenas por meio de uma análise crítica e reflexiva das campanhas publicitárias relacionadas à doação de sangue poderemos desenvolver estratégias mais eficazes e responsáveis, que contribuam para aumentar a conscientização e o engajamento do público nessa importante causa de saúde pública.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, F. Aids e sangue no Brasil. *Cadernos de Saúde Pública*, v. 21, n. 6, p. 1719-1724, 2005.
- ALMEIDA, R. E.; REIS, R. C. V. D.; MOTTA, K. A. A tecnologia digital como estratégia à promoção à doação de sangue. *Hematology, Transfusion and Cell Therapy*, v. 45, p. S661, 2023.
- AMARAL, M. B. Natureza e representação na pedagogia da publicidade. In: COSTA, M. V. (Org.). *Estudos Culturais em Educação*. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 2000. p. 143-171.
- BARROS, B. S. Guia de boas práticas para assistência de enfermagem aos doadores de sangue. 2016. 165 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão do Cuidado em Enfermagem) – Escola de Enfermagem, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016.
- BENTO, Luciana; CELCHIOR, Gerlaine. Mídia e educação: o uso das tecnologias em sala de aula. *Revista de pesquisa interdisciplinar*, v. 1, 2016.
- BONIN, Iara Tatiana et al. Por que estudos culturais? *Educação e Realidade*, v. 45, p. 1-22, 2020.
- BRASIL. Ministério da Saúde. Coordenação de Sangue e Hemoderivados. Manual de qualificação do captador de doadores voluntários de sangue. Brasília, 1994.
- \_\_\_\_\_. Ministério da Saúde. Boletim Epidemiológico HIV-AIDS 2015; Secretaria de Vigilância em Saúde; Departamento de DST, Aids e Hepatites Virais. Brasília, 2015. p. 10.
- \_\_\_\_\_. Ministério da Saúde. Portaria de Consolidação nº 1, de 28 de setembro de 2017. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 2 out. 2017. Disponível em: <[http://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/gm/2017/prc0001\\_02\\_10\\_2017.html](http://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/gm/2017/prc0001_02_10_2017.html)>. Acesso em: 19 jul. 2023.
- BRAZ, Carolinne dos Santos. Infância e cinema de animação: O poder da mídia na (Re)Construção das identidades. 2013. Dissertação (Mestrado em Educação) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2013.
- CACIANO, Ana Paula et al. Campanha publicitária “Hemosc. Doe um TEMPO e faça seu SANGUE correr na VIDA de alguém”. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XX Prêmio Expocom, 2014.
- CALAÇA, Daniela Cristina de Cario. Mídia e Educação Ambiental: Estudo das publicidades da campanha "Agro: A Indústria-Riqueza do Brasil" da Rede Globo de Televisão. 2019. Dissertação (Mestrado em Educação) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2019.

CANCLINI, Néstor García. Cultura e poder: uma introdução ao estudo da cultura e da identidade. São Paulo: Editora 34, 2002.

CASTELLS, Manuel. O poder da identidade. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2018.

COSTA, Claudia de Lima. Os estudos culturais na encruzilhada dos feminismos materiais e descoloniais. Estudos de literatura brasileira contemporânea, p. 79-103, 2014.

COSTA, Marisa Cristina. Sobre as contribuições das análises culturais para a formação dos professores do início do século XXI. Educar, n. 37, mai/ago. 2010. p. 129-152.

COSTA, Marisa Vorraber; ANDRADE, Paula Deporte. Na confluência entre educação e comunicação, as pedagogias culturais contemporâneas. Perspectiva, v. 33, p. 843-862, 2015.

CORTES, Tannis Paes Bóvio Barcelos et al. Educação midiática, educomunicação e formação docente: parâmetros dos últimos 20 anos de pesquisas nas bases Scielo e Scopus. Educação Em Revista, v. 34, p. e200391, 2018.

DELIZOICOV, Nadir Castilho; CARNEIRO, Maria Helena da Silva ; DELIZOICOV NETO, Demétrio. O Movimento do Sangue no Corpo Humano: do Contexto da Produção do Conhecimento para o do seu Ensino. Ciência e Educação (UNESP. Impresso), Bauru - São Paulo, v. 10, n.03, p. 443-460, 2004.

DIAS, EMMANUELLE; BORGES, Felipe . Estudos Culturais e a televisão contemporânea em discussão. In: INTERCOM RIO, 2015, Rio de Janeiro. Nacional, 2015.

DINIZ, Kênia Mendonça. Espaço, tempo e infância: problematização acerca do artefato midiático Barbie. 2014. 123 f. Dissertação – Universidade Federal de Uberlândia, 2014.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. Televisão e educação: fruir e pensar a TV. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

FREITAS, Mariza Tamia Figueiredo Barreto. A capitação e a fidelização de doadores de sangue no Brasil: uma revisão sistemática. Disponível em:  
<<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/20773/1/TAMIA%20Mariza%20Figueiredo.pdf>>. Acesso em: 01 set. 2022.

FUZARO, Karina. O filme "Bicicletas de Nhanduru" revelando processo de hibridação cultural. 2015. Dissertação (Mestrado em Educação) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2015.

GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIROUX, Henry. Praticando estudos culturais nas faculdades de educação. In: SILVA, Tomaz Tadeu (Org.). Alienígenas na sala de aula: uma introdução aos estudos culturais em educação. Petrópolis: Vozes, 2001. p. 85-103.

GIUDICE, Juliana Zeppini. Entre (laçar) para governar: estratégias biopolíticas em campanhas publicitárias para doação de órgãos e tecidos. *Texto & Contexto-Enfermagem*, v. 31, p. e20210422, 2022.

GINZBURG, Jaime. *Crítica em tempos de violência*. São Paulo: Edusp, 2022.

GONZAGA, S. T. G. et al. Reflexão ética sobre o conceito de descarte subjetivo de sangue, sua utilização e problemas éticos gerados pelo seu uso, à luz da RDC n. 153/2004. 2007. 91 f. Centro Universitário São Camilo.

HALL, Stuart. *Cultura e Representação*. Tradução de Jefferson Camargo. Rio de Janeiro: Apicuri, 2016.

HEINSFELD, Bruna Damiana; PISCHETOLA, Magda. Cultura digital e educação, uma leitura dos Estudos Culturais sobre os desafios da contemporaneidade. *Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação*, v. 12, n. 2, p. 1349-1371, 2017.

JOUANNA, Arlette. *O Imaginário do Sangue e de sua Pureza na Antiga França*. Coleção Ibérica das Presses Universitaires da Sorbonne, p. 21-40, 2010.

JUNQUEIRA, Pedro C. et al. História da Hemoterapia no Brasil. *Revista Brasileira de Hematologia e Hemoterapia*, v. 27, n. 3, p. 201-207, 2005.

LOPES, T. M. et al. A influência da mídia social na doação de sangue: Um estudo de caso com millennials no Brasil. *Revista Brasileira de Comunicação*, v. 44, n. 2, p. 243-260, 2021. doi:10.1590/rbc.2021.0044.

LOUREIRO, A. D.; BORDIN, J. O. Segurança transfusional: perspectiva histórica e atual. *Revista Brasileira de Hematologia e Hemoterapia*, v. 33, n. 1, p. 42-49, 2011.

LUDWIG, S. T.; RODRIGUES, A. C. M. Doação de sangue: uma visão de marketing. *Cadernos de Saúde Pública*, v. 21, n. 3, p. 932-939, maio/jun. 2005.

MACHADO, Eulene Aparecida. *Marketing social e campanhas de doação de sangue: o que engaja os doadores e potenciais doadores?* Dissertação (Mestrado em Administração) da Faculdade Novos Horizontes, Belo Horizonte, 2015.

MARCONDES, J. V. *Transfusão de sangue*. Tese apresentada à Faculdade de Medicina do Rio de Janeiro, 1879.

MARTINO, Luis Mauro Sa. *Mediatização da religião e Estudos Culturais: identificando diferenças a partir de Stuart Hall*. *Matrizes*, v. 10, n. 3, p. 143-156, 2016.

MARTINS, Helena; SOUSA, Carlos Alberto Gomes de. *Educação e mídia na sociedade da informação: desafios e perspectivas*. 2. ed. São Paulo: Cortez Editora, 2018.

MARTINS, Moisés de Lemos. Os estudos culturais como novas humanidades. *Revista Lusófona de Estudos Culturais*, v. 3, n. 1, p. 341-361, 2015.

MASSIRER, Helena Fenner. A influência da mídia no comportamento da sociedade. Anais Congrega Mic. ISBN 978-65-86471-05-2, 2020. p. 97-104.

MEDEIROS, J. A. Um olhar sobre a doação de sangue: o que pensam os doadores. Revista Brasileira de Hematologia e Hemoterapia, v. 33, n. 4, p. 411-415, 2011.

MENDES, Suely P. R. Campanha publicitária e doação de sangue: como o apelo emocional influencia a decisão de doar. Revista Brasileira de Marketing, v. 13, n. 3, p. 385-401, 2016.

MOURA, C. M. B. A publicidade e o marketing social: reflexão sobre a doação de sangue. Revista de Administração de Empresas, v. 60, n. 3, p. 350-363, 2020.

NASCIMENTO, D. R.; OLIVEIRA, A. C. A linguagem visual na construção de sentidos em campanhas publicitárias: O exemplo da doação de sangue. 2016. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2016.

PEZZI, M. C. O uso do marketing social nas campanhas de doação de sangue em tempos de COVID-19. Revista Brasileira de Marketing, v. 21, n. 4, p. 345-361, 2023.

PORTO, J. F.; CAMPOS, R. E. De que forma a comunicação pode melhorar a doação de sangue? Revista Brasileira de Saúde Pública, v. 27, n. 1, p. 12-20, 2020.

RAMOS, P. R.; MENDES, A. A comunicação na doação de sangue. Revista Brasileira de Comunicação, v. 37, n. 2, p. 237-250, 2018.

REIS, D. R. Cultura e educação: desafios contemporâneos. Cadernos de Pesquisa, v. 31, n. 113, p. 25-37, 2001.

ROSA, Ludmila Rodrigues. O filme de animação O Lorax: em busca da trífula perdida na perspectiva dos Estudos Culturais. 2016. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Federal de Uberlândia, UFU, Brasil, 2016.

SANTANA, R. V. As possibilidades de um olhar decolonial nos estudos culturais. Revista Brasileira de Educação, v. 21, n. 63, p. 169-186, 2016.

SANTOS FILHO, S. B.; BARROS, M. E. B.; GOMES, R. S. A Política Nacional de Humanização como política que se faz no processo de trabalho em saúde. Interface - Comunic. Saude Educ., [S.l.], v. 13, supl. 1, p. 603-613, 2009.

SILVA, M. A. Cultura e Educação: As interações culturais na formação de professores. Educação e Realidade, v. 39, n. 2, p. 101-119, 2014.

SILVA, M. S. F.; GOMES, R. L. A comunicação nas campanhas de doação de sangue. Revista Brasileira de Comunicação, v. 41, n. 2, p. 127-140, 2020.

SILVA, Tomaz Tadeu da. Introdução aos Estudos Culturais: Cultura e Identidade. 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2014.

SILVA, T. T.; MENDONÇA, M. F. Estudos culturais: diálogos e tensões. 1. ed. São Paulo: Papyrus, 2015.

SMITH, Roger. A cultura da doação: as práticas de doação em tempo de pandemia. Cadernos de Pesquisa, v. 56, n. 1, p. 115-130, 2023.

TOLEDO, Raquel de Oliveira. A imagem do doador: uma análise das representações na publicidade da doação de sangue. 2021. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021.

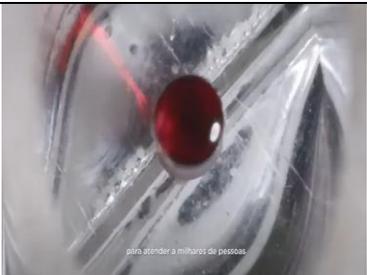
ZIVIANI, P.. Comunicação e cultura no campo dos Estudos Culturais. COMUNICAÇÃO & SOCIEDADE (ONLINE), v. 39, p. 7-31, 2017.

## APÊNDICES

Apêndice 1: Decupagem cronológica da publicidade: **Doar sangue é compartilhar vida**

<b>Campanha Nacional de 2015 promovida pelo Ministério da Saúde (Governo Dilma)</b>			
<b>Imagem</b>	<b>Descrição da imagem</b>	<b>Descrição sonora</b>	
1		<p>Plano de detalhe: A imagem retrata um ambiente hospitalar com destaque para uma sala de paredes brancas.</p> <p>Plano geral: No fundo, os equipamentos hospitalares, como a régua de oxigênio, aparecem desfocados. Em primeiro plano, com nitidez, destaca-se uma bolsa de sangue suspensa em um suporte para soro.</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, parecendo um piano e ao mesmo tempo um bipe (supostamente de aparelho médico de verificação de batimentos cardíaco)</p> <p>Narração em off: sem narração.</p>
2		<p>Plano de detalhe: A cena mostra um ambiente hospitalar, com ênfase em uma sala de tonalidade branca.</p> <p>Plano geral: Ao fundo, desfocados, encontram-se equipamentos hospitalares, como a régua de oxigênio. Em primeiro plano, com nitidez, destaca-se uma bolsa de sangue pendurada em um suporte de soro.</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, parecendo um piano e ao mesmo tempo um bipe (supostamente de aparelho médico de verificação de batimentos cardíaco)</p> <p>Narração em off: <i>na última década</i>, voz feminina de tom suave.</p>
3		<p>Plano de conjunto: A cena apresenta o número 84% em evidência, acompanhado da frase "+ transplantes de órgãos", sobreposta à imagem de um ambiente hospitalar. Ao fundo, equipamentos médicos, como a régua de oxigênio, estão desfocados, enquanto em primeiro plano, uma bolsa de sangue em um suporte de soro aparece em foco.</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, parecendo um piano e ao mesmo tempo um bipe (supostamente de aparelho médico de verificação de batimentos cardíaco)</p> <p>Narração em off: <i>os transplantes de órgãos cresceram 84%</i>.</p>

4		<p>Plano de conjunto: A imagem destaca o número 619%, acompanhado do texto "+cirurgias", sobreposta a uma cena de ambiente hospitalar. Ao fundo, equipamentos médicos, como a régua de oxigênio, aparecem desfocados, enquanto uma bolsa de sangue, pendurada em um suporte de soro, está em foco.</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, parecendo um piano e ao mesmo tempo um bipe (supostamente de aparelho médico de verificação de batimentos cardíaco)          Narração em off: <i>as cirurgias cresceram 619%.</i></p>
5		<p>Plano de conjunto: A imagem evidencia o número 627%, acompanhado da frase "+ações de urgência", sobreposta a um cenário hospitalar. Equipamentos médicos, como a régua de oxigênio, aparecem ao fundo desfocados, enquanto uma bolsa de sangue, suspensa em um suporte de soro, está em foco.</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, parecendo um piano e ao mesmo tempo um bipe (supostamente de aparelho médico de verificação de batimentos cardíaco)          Narração em off: <i>e os atendimentos de urgência cresceram 627%.</i></p>
6		<p>Plano de conjunto: a cena mostra a mangueira com sangue percorrendo ao lado da barra do porta soro.</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, parecendo um piano e ao mesmo tempo um bipe (supostamente de aparelho médico de verificação de batimentos cardíaco)          Narração em off: <i>as doações de sangue</i></p>
7		<p>Plano de conjunto: A cena apresenta um fundo desfocado, destacando a conexão entre a bolsa de sangue e a mangueira, onde é possível ver uma pequena quantidade de sangue.</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, parecendo um piano e ao mesmo tempo um bipe (supostamente de aparelho médico de verificação de batimentos cardíaco)          Narração em off:</p>

			<i>precisam acompanhar esse crescimento.</i>
8	 <small>para atender a milhares de pessoas.</small>	Plano de conjunto: A imagem revela a conexão entre a bolsa de sangue e a mangueira, evidenciando uma gota desse líquido.	Música de fundo: Tom suave, música de fundo, parecendo um piano e ao mesmo tempo um bipe (supostamente de aparelho médico de verificação de batimentos cardíaco) Narração em off: <i>para atender a milhares de pessoas</i>
9	 <small>que dependem da sua solidariedade.</small>	Plano de conjunto: A cena apresenta ao fundo uma mesa contendo um telefone branco, um copo possivelmente descartável e uma jarra de suco amarelo. Em destaque, vê-se uma parte da barra de suporte de soro, junto a um braço feminino estendido com uma mangueira conectada à veia, que apresenta uma coloração vermelha, sugerindo a realização de uma transfusão de sangue, enquanto a mão permanece semiaberta.	Música de fundo: Tom suave, música de fundo, parecendo um piano e ao mesmo tempo um bipe (supostamente de aparelho médico de verificação de batimentos cardíaco) Narração em off: <i>que dependem da sua solidariedade</i>
10	 <small>que dependem da sua solidariedade.</small>	Plano de conjunto: A cena retrata um ambulatório médico, iluminado por uma grande janela. No centro, uma paciente está sentada em uma cadeira hospitalar, olhando para frente. Ao seu lado, um suporte de soro com uma bolsa de sangue. De um lado, há uma mesa hospitalar com medicamentos, enquanto do outro, encontra-se uma mesa com um telefone, uma jarra de suco e um copo. Próximo à janela, há outra mesa dedicada a medicamentos.	Música de fundo: Tom suave, música de fundo, parecendo um piano e ao mesmo tempo um bipe (supostamente de aparelho médico de verificação de batimentos cardíaco) Narração em off: <i>que dependem da sua solidariedade</i>

		Um profissional de saúde está se aproximando.	
11		Plano de conjunto: A cena retrata um ambulatório médico, iluminado por uma ampla janela que proporciona clareza ao ambiente. No centro, uma paciente está sentada em uma cadeira hospitalar, olhando para frente. Ao seu lado, um suporte de soro com uma bolsa de sangue. De um lado, há uma mesa com medicamentos, enquanto do outro, encontra-se uma mesa que abriga um telefone, uma jarra de suco e um copo. Perto da janela, há outra mesa dedicada a medicamentos. Um profissional de saúde se aproxima da paciente.	Música de fundo: Tom suave, música de fundo, parecendo um piano e ao mesmo tempo um bipe (supostamente de aparelho médico de verificação de batimentos cardíaco) Narração em off: <i>que dependem da sua solidariedade</i>
12		Plano geral: A imagem apresenta um close-up de um profissional de saúde segurando com delicadeza as mãos de um paciente em processo de transfusão de sangue. O cenário é um ambiente hospitalar, evidenciado pelos equipamentos médicos ao fundo, incluindo uma bolsa de sangue ligada por um tubo ao braço do paciente. O destaque recai sobre as mãos, transmitindo uma mensagem de cuidado e empatia. Perto delas, aparece o texto "ligue 136 ou acesse saude.gov.br" em letras brancas.	Música de fundo: Tom suave, música de fundo, parecendo um piano e ao mesmo tempo um bipe (supostamente de aparelho médico de verificação de batimentos cardíaco) Narração em off: <i>esse gesto está em suas mãos</i>

13		<p>Plano de conjunto: Ao fundo, observam-se equipamentos médicos e uma bancada repleta de objetos hospitalares, como uma jarra e copos de plástico, indicando que o paciente está recebendo cuidados adequados. A bolsa de sangue está conectada ao braço da paciente por meio de dispositivos específicos. O foco principal recai sobre Priscila Takamura, que está sorrindo. Seu nome aparece no centro da tela, acompanhado da legenda "Pessoa com doença falciforme", ressaltando a importância da doação para aqueles que dependem de transfusões regulares.</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, parecendo um piano e ao mesmo tempo um bipe (supostamente de aparelho médico de verificação de batimentos cardíaco)      Narração em off: <i>seja um doador, procure</i></p>
14		<p>Plano geral: A imagem apresenta a tela de encerramento de uma campanha publicitária sobre doação de sangue, incluindo logotipos oficiais e informações institucionais. O fundo é completamente branco, proporcionando um visual clean e simples que destaca os textos e símbolos dispostos no centro e na parte inferior da tela. O número 136, referente ao "Disque Saúde", é exibido em azul, seguido da frase "www.saude.gov.br", que serve como principal meio de contato para aqueles que desejam obter mais informações ou se tornar doadores. Na parte inferior, está a logo do Ministério da Saúde, que apresenta o símbolo do Sistema Único de Saúde</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, parecendo um piano e ao mesmo tempo um bipe (supostamente de aparelho médico de verificação de batimentos cardíaco)      Narração em off: <i>procure um hemocentro mais próximo.</i></p>

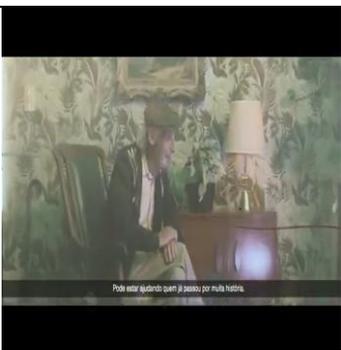
		<p>(SUS) à esquerda e o texto institucional à direita, assegurando uma associação oficial e de credibilidade à mensagem da campanha. O logo do Governo Federal, com o slogan "Brasil, Pátria Educadora", aparece ao lado do símbolo do Ministério da Saúde, reforçando a colaboração entre as instituições para promover a conscientização sobre a importância da doação de sangue.</p>	
--	--	---	--

Apêndice 2: Decupagem cronológica da publicidade: **Doe sangue regularmente e ajude a quem precisa**

Campanha Nacional de 2017 promovida pelo Ministério da Saúde (Governo Temer)			
	Imagem	Descrição da imagem	Descrição sonora
1	 A close-up shot of a man with a beard and short hair, wearing a light blue polo shirt. He is sitting and looking directly at the camera, speaking. A subtitle at the bottom of the frame reads: "Quem doa sangue regularmente, pode estar ajudando uma pessoa que nunca viu na vida."	Plano de detalhe: A imagem retrata um homem negro vestindo uma camiseta polo azul claro, com a cabeça repousando sobre uma almofada branca. Ao fundo, observa-se uma parede de cor branca.	Música de fundo: Tom suave, música de fundo, parecendo um piano. Narração do personagem: <i>Quem doa sangue regularmente, pode estar ajudando uma pessoa que nunca viu na vida.</i>
2	 A medium shot of the same man sitting in a hospital chair. He is wearing the same light blue polo shirt. He is connected to a red blood transfusion tube. The background shows a hospital room with a white cabinet and shelves containing medical supplies. A subtitle at the bottom of the frame reads: "Quem doa sangue regularmente, pode estar ajudando uma pessoa que nunca viu na vida."	Plano geral: A imagem apresenta o mesmo personagem sentado em uma cadeira hospitalar, conectado a uma mangueira vermelha, o que indica que ele está em processo de doação de sangue. À sua direita, é possível ver equipamentos médicos dispostos em um armário, enquanto do lado oposto há uma mesa com um vidro de soro. O ambiente transmite uma atmosfera tranquila, com elementos que caracterizam um espaço de cuidado hospitalar.	Música de fundo: Tom suave, música de fundo, parecendo um piano. Narração do personagem: <i>Quem doa sangue regularmente, pode estar ajudando uma pessoa que nunca viu na vida.</i>
3	 A blurred, out-of-focus shot of a hospital setting. A red transfusion tube is visible in the foreground, stretching across the frame. The background shows various pieces of medical equipment and bright lights, creating a sense of a busy clinical environment.	A imagem captura um ambiente hospitalar ou clínico, apresentando-se ligeiramente desfocada, com luzes intensas ao fundo. Uma mangueira vermelha atravessa horizontalmente a cena, indicando ser parte de um sistema de transfusão de sangue. No fundo, há equipamentos médicos, como uma máquina ou um suporte hospitalar com diversos objetos, também desfocados. As luzes fortes, possivelmente	Música de fundo: Tom suave, música de fundo, parecendo um piano continua.

		refletores ou fontes de luz artificial do hospital, criam um efeito de brilho.	
4		A imagem retrata uma arquibancada, provavelmente em um estádio esportivo, composta por três degraus. Na primeira fileira, há quatro cadeiras em tom azul claro, todas vazias. A segunda fileira também possui quatro cadeiras da mesma cor, ocupadas por duas pessoas: uma mulher branca vestida com calça preta e uma camiseta amarela com listra verde na manga e gola polo, e um homem branco com barba, usando calça preta e camiseta idêntica à da mulher, segurando o que parece ser uma bandeira. Na terceira fileira, são visíveis apenas três cadeiras, com duas pessoas cujos rostos não aparecem, impossibilitando a identificação de gênero; ambas vestem o mesmo modelo de camiseta que os ocupantes da fileira anterior. Todos estão sentados, com expressões apreensivas. Entre eles, uma mangueira vermelha atravessa a cena horizontalmente, sugerindo uma conexão com a imagem anterior e antevendo a próxima.	Música de fundo: Tom suave, música de fundo, parecendo um piano continua.
5		Na imagem, observa-se que na última fileira há dois homens sentados: um homem negro e um homem branco com barba. Ao fundo, refletores de luz iluminam o ambiente, além de uma grade visível. O homem na fileira do meio segura a bandeira firmemente com ambas as mãos. Todos	Música de fundo: Tom suave, música de fundo, parecendo um piano continua.

		apresentam expressões de apreensão e ansiedade. A mangueira vermelha continua atravessando a cena horizontalmente, posicionando-se entre os ocupantes da arquibancada.	
6		Plano geral: A mangueira vermelha continua atravessando a cena horizontalmente, posicionando-se entre os personagens, que exibem expressões de euforia e contentamento. Eles estão comemorando um evento relacionado ao que estão assistindo, agitando os braços e gritando em celebração.	Música de fundo: Tom suave, música de fundo, parecendo um piano continua. Personagens: gritos de euforia durante comemoração.
7		Plano geral: O corte de cena altera o cenário, revelando uma parte da cena anterior à esquerda, onde se destacam um refletor ao fundo e a grade de um alambrado. A mangueira vermelha atravessa a imagem de cima para baixo, enquanto à direita, em desfoco, é visível a presença de uma pessoa.	Música de fundo: Tom suave, música de fundo, parecendo um piano continua.
8		A imagem retrata uma menina em um palco, com um painel ao fundo exibindo figuras de árvores e grama, sugerindo a ambientação de um parque. À esquerda, há um refletor de chão iluminando o palco. A criança veste uma blusa verde, uma saia de bailarina rosa, meia-calça da mesma cor, botas vermelhas de cano alto e uma capa presa ao pescoço, em estilo de super-herói. Ela está com os braços estendidos à altura dos ombros. A mangueira vermelha atravessa a cena horizontalmente por trás	Música de fundo: Tom suave, música de fundo, parecendo um piano continua. Locutor em off: <i>Ou alguém que acabou de começar a viver.</i> Personagem: gritos de alegria “ <i>eeeeeee</i> ”

		da criança, carregando líquido vermelho, indicando continuidade para a próxima imagem.	
9		A imagem é dominada por um personagem idoso sentado em uma poltrona verde, usando um chapéu escuro, uma camisa clara, uma blusa de frio preta e calças claras. O cenário apresenta papel de parede floral, com um quadro central na parede. À direita, há um armário de madeira de duas portas, sobre o qual repousam uma luminária e um vaso de planta. A iluminação é suave, com a luminária da mesa desligada. O personagem, concentrado, parece assistir à televisão, com o olhar voltado para frente. Ao lado direito, no móvel, é visível um reflexo de luz, enquanto uma linha vermelha cruza a tela.	Música de fundo: Tom suave, música de fundo, parecendo um piano continua. Locutor em off: <i>pode estar ajudando quem já passou por muita história</i>
10		Plano geral: O personagem sorri, mantendo o olhar voltado para frente. Tanto o cenário quanto a iluminação permanecem inalterados. A linha vermelha continua a atravessar a tela horizontalmente.	Música de fundo: Tom suave, música de fundo, parecendo um piano continua. Surge sons de risadas e uma voz masculina, supostamente saindo da televisão. Locutor em off: <i>pode estar ajudando quem já passou por muita história.</i>
11		A cena muda radicalmente, apresentando um novo personagem mais jovem, que lê um livro para uma criança deitada em uma cama. O quarto infantil exibe um mural pintado com montanhas em tons de verde, cinza e gelo. No	Música de fundo: Tom suave, música de fundo, parecendo um piano continua. Logo surge barulhos de pássaros cantando. Locutor em off: <i>sem</i>

		<p>canto esquerdo, há uma cadeira branca com um urso de pelúcia na cor caramelo. O adulto, vestido com roupas escuras, parece narrar a história de forma animada, com a mão levantada e uma expressão entusiasmada. A criança está deitada, segurando um urso de pelúcia e vestindo uma calça azul com uma camisa de tom mais claro, que sugere ser um pijama. Ela apoia a cabeça em um travesseiro com franja estampada, atenta à narrativa. A linha vermelha continua a atravessar a cena entre a criança e o homem, enquanto a iluminação é suave.</p>	<p><i>locução.</i></p>
12		<p>A imagem retrata uma cena que parece ocorrer em um estúdio, sugerindo um show de música. Estão presentes três personagens: uma à frente e duas ao fundo. A mulher à direita está parcialmente oculta pela personagem da frente, mostrando apenas uma parte do corpo. A protagonista parece concentrada em uma tela, enquanto as figuras ao fundo parecem estar se movendo, com uma delas segurando um microfone. Uma luz intensa brilha na parte superior e central da imagem, e ao fundo há indícios de um painel luminoso. A linha vermelha continua a atravessar a cena, posicionando-se entre as personagens.</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, parecendo um piano continua.</p> <p>Locutor em off: <i>pode estar ajudando quem está torcendo para realizar um sonho</i></p>

13		<p>A cena se assemelha à primeira imagem, com as mesmas luzes ao fundo e novas fontes de luz na parte superior, uma à esquerda e outra à direita. A mulher ao fundo, que antes estava parcialmente oculta, agora aparece de forma mais clara, segurando um microfone. A personagem central interage diretamente com a mulher à esquerda, aparentemente segurando um celular, possivelmente para tirar uma selfie. A linha vermelha ainda atravessa a cena, passando entre as personagens.</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, parecendo um piano continua. Gritos de euforia surge durante a locução em off.</p> <p>Locutor em off: <i>pode estar ajudando quem está torcendo para realizar um sonho</i></p>
14		<p>Em um cenário clínico de paredes claras, dois personagens estão presentes: uma mulher usando um lenço escuro na cabeça, vestida com uma blusa de manga longa estampada, e um homem que parece ser um profissional de saúde, identificado pelo jaleco branco de manga curta. O jaleco exibe um símbolo em formato de cruz azul na manga e no peito, remetendo ao Sistema Único de Saúde (SUS). Ele aponta para uma imagem de exame presa em um equipamento hospitalar, explicando algo à mulher, que parece ser paciente. Nas telas, são visíveis exames de ressonância, tomografia ou raio-x. Uma linha vermelha atravessa a imagem na horizontal, passando pelos dois personagens.</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, parecendo um piano continua.</p> <p>Locutor em off: <i>ou alguém que está torcendo para ser ajudado</i></p>

15		<p>Plano geral: A imagem mantém os mesmos personagens, agora vista de outro ângulo, e adiciona dois quadros na parede direita, dispostos um acima do outro. Há objetos sobre uma mesinha atrás do personagem à direita. A linha vermelha percorre a cena, passando pelo quadro na parede e pelo homem à direita, fazendo uma curva ao contornar a mulher à esquerda.</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, parecendo um piano continua.</p> <p>Locutor em off: sem locução</p>
16		<p>Em destaque, um homem branco de cabelos pretos usa uma camiseta verde e olha para cima, direcionando o olhar para algo fora da cena. Ao fundo, embaçadas, aparecem cinco pessoas: uma mulher idosa com cabelos grisalhos, um menino e uma menina, além de uma mulher e um homem. O cenário inclui balões dourados, bandeirinhas, uma luminária e um quadro na parede, enquanto à direita há uma janela com cortina. A linha vermelha atravessa a imagem, surgindo no centro da parte inferior e passando à frente do homem em foco.</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, parecendo um piano continua.</p> <p>Logo é possível ouvir vozes dos personagens ao fundo chamando, voz feminina: “vem, vem”</p> <p>Locutor em off: <i>quem doa sangue regularmente, pode até não saber quem está ajudando,</i></p>
17		<p>Plano geral: No cenário, a disposição dos personagens muda: o homem que estava à frente se junta aos demais. O homem de camiseta listrada coloca o braço sobre o ombro do outro, que faz um gesto de positivo com a mão. As duas crianças e os dois homens têm o olhar voltado para frente, enquanto a mulher inclina levemente o rosto para o lado, e a mulher idosa olha um pouco para baixo. À direita, há</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, parecendo um piano continua.</p> <p>Locutor em off: <i>mas sabe que está ajudando muita gente</i></p>

		cinco balões dourados e bandeirolas próximas à cortina estampada.	
18		Plano geral: Os balões estão presos ao braço de possíveis poltronas, enquanto à frente dos personagens há uma mesa decorada com um bolo de aniversário, copos e canudos. Neste momento, a menina, o homem com a camiseta verde estampada e a senhora têm os olhares voltados para frente. Em contraste, a mulher e o homem de camiseta listrada observam a senhora, enquanto o menino olha para baixo. A senhora ergueu os dois braços e a menina aplaude animadamente.	Música de fundo: Tom suave, música de fundo, parecendo um piano continua. Voz masculina surge: “ <i>aeee</i> ”  Locutor em off: sem locução.
19		Plano geral: A imagem possui bordas pretas na parte superior e inferior, com um fundo claro em tom acinzentado. À esquerda, destaca-se uma grande gota de sangue, ao lado da qual está escrito "DOE SANGUE" em vermelho e com fonte maior. Abaixo, encontra-se a palavra "REGULARMENTE" em preto, com uma fonte menor, e logo em seguida, a frase "E AJUDE QUEM PRECISA" também em vermelho, com tamanho de fonte menor que as duas linhas anteriores.	Música de fundo: Tom suave, música de fundo.  Locutor em off: <i>Ministério da Saúde. Governo Federal.</i>
20		Plano geral: A imagem apresenta bordas pretas na parte superior e inferior, com um fundo claro em tom acinzentado. Na parte superior, ao centro, há um retângulo vermelho que destaca a mensagem “PROCURE UM	Música de fundo: Sem música ou qualquer outro tipo de áudio  Locutor em off: sem locução

		<p>HEMOCENTRO E SEJA UM DOADOR REGULAR”, em caixa alta e em branco. Abaixo desse retângulo, encontra-se a frase “Saiba mais em” em preto, sem destaque, seguida pelo endereço “saude.gov.br/doesangue”, que está em negrito e se sobressai em relação às palavras anteriores. Na parte inferior esquerda, há uma cruz branca, enquanto os números 136 aparecem em destaque na cor azul. No canto inferior direito, um retângulo branco contém o slogan institucional em azul, que inclui as expressões “SUS e uma cruz”, “MINISTÉRIO DA SAÚDE” e “BRASIL Governo Federal”, além de um círculo azul com uma faixa amarela cruzando-o.</p>	
--	--	--	--

Apêndice 3: Decupagem cronológica da publicidade: **Seja solidário. Doe Sangue. Doar é Um Ato de Amor**

Campanha Nacional de 2020 promovida pelo Ministério da Saúde (Governo Bolsonaro)		
Imagem	Descrição da imagem	Descrição sonora
1	 <p>Plano geral: A cena retrata uma pessoa abrindo uma cortina branca, permitindo a entrada de luz natural suave que é filtrada pelo tecido. Vislumbram-se apenas o braço e uma parte lateral do rosto da pessoa, que usa uma camisa de manga longa branca. No canto superior direito, encontra-se o símbolo do governo federal, na cor branca, com a inscrição "Pátria Amada Brasil". No canto inferior direito, uma intérprete de libras é visível, trajando uma camiseta preta.</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, aparentando ser de toques de piano.</p> <p>Locutor em off: <i>em tempos de pandemia.</i></p>
2	 <p>Plano geral: A cena ocorre em um corredor de uma residência. À direita, há um par de tênis de corrida no chão. Uma pessoa está de pé, utilizando meias coloridas (brancas com bolinhas rosa) e calças de tom escuro. Mais adiante, no fundo, é visível um tapete claro, com um banco próximo à porta. No canto inferior direito, uma intérprete de libras aparece vestindo uma camiseta preta. No canto superior direito, destaca-se o símbolo do governo federal em branco, com a inscrição "Pátria Amada Brasil".</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, aparentando ser de toques de piano.</p> <p>Locutor em off: <i>em tempos de pandemia,</i></p>

3		<p>A cena se passa em um corredor residencial. No chão, à direita, há um par de tênis de corrida. Uma pessoa está de pé, vestindo meias brancas com bolinhas rosas e calças escuras. Ao fundo, perto da porta, vê-se um tapete claro e um banco. No canto inferior direito, aparece uma intérprete de libras com camiseta preta. No canto superior direito, encontra-se o símbolo do governo federal em branco, acompanhado da frase "Pátria Amada Brasil".</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, aparentando ser de toques de piano.</p> <p>Locutor em off: <i>o que o mundo mais precisa é de amor</i></p>
4		<p>A imagem retrata uma bandeja de café da manhã, coberta com um forro quadriculado em verde e branco. À direita, há uma xícara de café, enquanto o centro da bandeja exhibe um pão recheado com presunto e queijo. Um guardanapo branco dobrado e uma maçã vermelha estão à esquerda. À direita, um pequeno bilhete em formato de coração na cor vermelha parece conter uma mensagem, embora esteja desfocado. Apenas uma mão, segurando a bandeja, e parte de um ombro, vestido com uma camisa de manga longa verde, são visíveis. Ao fundo, aparece, em desfoque, a imagem de um banco. No canto superior direito, destaca-se o símbolo do governo federal em branco, com a frase "Pátria Amada Brasil". No canto inferior direito, uma intérprete de libras é vista usando uma camiseta preta.</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, aparentando ser de toques de piano.</p> <p>Locutor em off: <i>o que o mundo mais precisa é de amor</i></p>

5		<p>A cena retrata uma mulher com uma blusa listrada em branco e cinza, sorrindo enquanto corta o cabelo de um homem que também sorri. Ele está vestindo uma camiseta azul, com uma toalha branca sobre os ombros. A mulher segura uma tesoura pequena com a mão direita, enquanto a esquerda apoia-se na cabeça do homem. Ao fundo, nota-se a presença de uma planta, e as paredes ao redor são brancas. No canto inferior direito, há uma intérprete de libras usando uma camiseta preta. No canto superior direito, está o símbolo do governo federal em branco com a inscrição "Pátria Amada Brasil".</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, aparentando ser de toques de piano.</p> <p>Locutor em off: <i>o que o mundo mais precisa é de amor</i></p>
6		<p>A imagem mostra uma mulher vestindo uma blusa listrada em branco e cinza, sorrindo enquanto corta o cabelo de um homem que usa uma camiseta azul e tem uma toalha branca sobre os ombros. A mulher segura a tesoura próxima aos cabelos do homem, enquanto ele mantém a mão direita perto da orelha. No fundo, há uma janela ou porta de madeira branca com vidros, e no canto superior direito, um relógio de ponteiros preso à parede. Na parte inferior esquerda, a palavra "AMOR" aparece em caixa alta com bordas brancas. No canto inferior direito, há uma intérprete de libras usando uma camiseta preta. O símbolo do governo federal, com a inscrição "Pátria Amada Brasil", está localizado no canto superior direito.</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, aparentando ser de toques de piano.</p> <p>Locutor em off: <i>o que o mundo mais precisa é de amor</i></p>

7		<p>A imagem retrata uma mulher com cabelos grisalhos, vestindo uma roupa amarela estampada e uma blusa de manga longa verde. Ela está sentada, segurando uma máscara e olhando atentamente para o objeto em suas mãos. À sua esquerda, há uma máquina de costura branca posicionada sobre uma mesa marrom, com um vaso de planta ao lado. No fundo, também à esquerda, encontra-se outro vaso de planta. Em cima da mesa, diversos tecidos estampados estão dispostos. O texto "AMOR" se destaca em grande na tela. Além da máquina de costura, outros materiais estão visíveis na mesa. O símbolo do governo federal, com a inscrição "Pátria Amada Brasil", aparece no canto superior direito. No canto inferior direito, uma intérprete de libras veste uma camiseta preta.</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, aparentando ser de toques de piano.</p> <p>Locutor em off: <i>exemplos não faltam</i></p>
8		<p>Plano geral: No canto superior direito, está o símbolo do governo federal em tonalidade branca, acompanhado pela frase "Pátria Amada Brasil". No canto inferior direito, uma intérprete de libras usa uma camiseta preta. A imagem retrata uma mulher com cabelos grisalhos, que segura uma máscara de pano, olhando para a frente e sorrindo. Ao fundo, à esquerda, pode-se ver uma planta.</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, aparentando ser de toques de piano.</p> <p>Locutor em off: <i>exemplos não faltam</i></p>

9		<p>Plano geral: A imagem apresenta uma paleta monocromática, sem variações de cores. A mulher segura a máscara com a mão direita, que está protegida por uma luva descartável. No canto superior direito, encontra-se o símbolo do governo federal em branco, acompanhado pela frase "Pátria Amada Brasil". À direita, na parte inferior, uma intérprete de libras veste uma camiseta preta.</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, aparentando ser de toques de piano. Barulho de máquina fotográfica surge, com alguns cliques.</p> <p>Locutor em off: <i>na linha de frente,</i></p>
10		<p>A imagem apresenta uma paleta monocromática, sem variações de cores. A mulher, usando uma touca aparentemente descartável, está com uma máscara afastada do rosto, expondo o nariz e a boca. Seu rosto é o foco principal, e a expressão parece neutra ou ligeiramente séria. Ao fundo, um ambiente hospitalar é visível de forma desfocada, com uma mesa e alguns objetos sobre ela. A mulher está posicionada de frente para a câmera. No canto superior direito, encontra-se o símbolo do governo federal na tonalidade branca, com a frase "Pátria Amada Brasil". Na parte inferior direita, uma intérprete de libras usa uma camiseta preta.</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, aparentando ser de toques de piano. Barulho de máquina fotográfica surge, com alguns cliques.</p> <p>Locutor em off: <i>na linha de frente,</i></p>
11		<p>Plano geral: No canto superior direito, encontra-se o símbolo do governo federal em tonalidade branca, com a inscrição "Pátria Amada Brasil". Na parte inferior direita, uma intérprete de libras usa uma camiseta preta. A imagem é dominada por um tubo estreito que centraliza a atenção, exibindo um líquido vermelho em fluxo. Esse tubo, levemente curvado e sinuoso, é apresentado</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, aparentando ser de toques de piano.</p> <p>Locutor em off: <i>nos hemocentros,</i></p>

		em uma diagonal que atravessa a composição, iniciando na parte superior esquerda e terminando na inferior direita. O fundo possui um gradiente azul suave, que realça o destaque do líquido vermelho no tubo.	
12		<p>A imagem retrata o rosto de um homem usando uma máscara branca que cobre o nariz e a boca, enquanto veste uma camiseta verde. Ao fundo, uma inscrição desfocada revela parcialmente a sequência "cep...", sugerindo uma palavra mais extensa. O ambiente é bem iluminado por luz branca, e a expressão do homem é neutra, embora seus olhos transmitam atenção. A câmera foca na parte superior do rosto, enfatizando seu olhar. O homem se posiciona levemente de lado em relação à câmera, mas ainda direciona seu olhar para o observador. No canto superior direito, está o símbolo do governo federal em tonalidade branca, com a inscrição "Pátria Amada Brasil". Na parte inferior direita, uma intérprete de libras aparece vestindo uma camiseta preta.</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, aparentando ser de toques de piano.</p> <p>Locutor em off: <i>onde os heróis anônimos doam um pouco de si</i></p>
13		<p>Plano geral: Símbolo do governo federal no canto superior direito na tonalidade branca "Pátria Amada Brasil". No canto inferior direito uma interprete de libras, vestindo uma camiseta na cor preta. Ao fundo da imagem uma gota de sangue na cor vermelho do lado esquerdo, seguido das letras "Rec" nas cores vermelha, homem de camiseta verde e utilizando uma máscara clara cobrindo o nariz e boca. A</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, aparentando ser de toques de piano.</p> <p>Locutor em off: <i>onde os heróis anônimos doam um pouco de si</i></p>

		palavra "DOAM" em caixa alta, com bordas branca, no canto inferior esquerdo.	
14		<p>Plano geral: Um homem de uniforme militar, camuflado, usando uma máscara facial que cobre o nariz e a boca. O quepe que ele está usando tem um emblema, e seu nome, "SECÓBIA", fica visível na parte direita do uniforme (lado esquerdo da imagem). Ele está sentado, aparentemente em uma cadeira azul de hospital ou em um local de doação. Na parte inferior da imagem, aparecem as letras "DOAM" em caixa alta com bordas brancas. Símbolo do governo federal no canto superior direito na tonalidade branca "Pátria Amada Brasil". No canto inferior direito uma interprete de libras, vestindo uma camiseta na cor preta.</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, aparentando ser de toques de piano. Som de 2 bipes surgem, igual a equipamento de monitor cardíaco.</p> <p>Locutor em off: <i>onde os heróis anônimos doam um pouco de si</i></p>
15		<p>Plano geral: À esquerda, uma jovem identificada como "Vanessa Loren" é apresentada com a legenda "Portadora de Anemia Falciforme". Ela está deitada em uma cama, com um curativo na mão, cabelos presos e a mão apoiada no queixo. No centro da imagem, aparece outra cena da mesma mulher, agora em pé, com cabelos soltos. Ela levanta um braço e mantém o outro semi levantado, segurando um celular, vestindo uma camiseta rosa e calças escuras. Ao lado, há um guarda-roupa de madeira em tom amarelado, e luz natural entra pela janela, iluminando o ambiente com cortinas claras. No lado direito da composição, objetos estão fixados em uma parede branca, e</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, aparentando ser de toques de piano.</p> <p>Locutor em off: <i>para fazer pulsar a vida nas veias de quem precisa</i></p>

		<p>uma cama com um travesseiro de fronha listrada em branco e azul se destaca. O lençol, estampado, parece desorganizado. No canto inferior direito, um objeto escuro está pendurado. No canto superior direito, o símbolo do governo federal apresenta a inscrição "Pátria Amada Brasil" em branco. Uma intérprete de libras, usando camiseta preta, ocupa o canto inferior direito da imagem.</p>	
16		<p>Plano geral: No canto superior direito, encontra-se o símbolo do governo federal em branco com a inscrição "Pátria Amada Brasil". No canto inferior direito, uma intérprete de Libras, vestindo uma camiseta preta, está presente na imagem. À esquerda, um tubo de sangue é mostrado conectado a uma bolsa de sangue, com um leve desfoque.</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, aparentando ser de toques de piano.</p> <p>Locutor em off: <i>a você doador de sangue</i></p>
17		<p>Plano geral: A imagem apresenta uma mulher sorridente ao fundo, de cabelos encaracolados, vestindo uma blusa clara. Em um gesto de coração com as mãos, seu rosto aparece levemente desfocado enquanto suas mãos estão em foco. Ao centro, a palavra "OBRIGADO" surge em letras maiúsculas e translúcidas, chamando a atenção. No canto superior direito, está o logo da campanha ou instituição, em tom suave e discreto. No canto inferior direito, uma intérprete de Libras vestida de preto realiza a sinalização. O ambiente parece interno, iluminado suavemente, com uma parede e uma possível janela desfocada à esquerda,</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, aparentando ser de toques de piano.</p> <p>Locutor em off: <i>o nosso agradecimento pelo grande ato de amor.</i></p>

		<p>deixando a luz natural entrar e criando uma atmosfera acolhedora. A legenda ao final da imagem expressa: "o nosso agradecimento pelo grande ato de amor."</p>	
18		<p>Plano geral: No canto superior direito, destaca-se o símbolo do governo federal em branco, com a inscrição "Pátria Amada Brasil". A imagem apresenta o perfil de uma mulher em uma plataforma de mídia social (Instagram), posicionada em um pequeno quadrado com borda branca. Seu nome de usuário é "Izadora Oliveira" e, na postagem, lê-se: "Doar é um ato de amor", em cinza claro, acompanhada das hashtags #DoeSangue e #DoeAmor, escritas em azul.</p> <p>Em uma cadeira hospitalar, a mulher aparece deitada, usando uma máscara facial preta. Seus cabelos estão soltos, e ela veste uma blusa preta com calças em tom claro, que parecem ser bege. O braço esquerdo está estendido, com uma agulha conectada a uma linha de transfusão ligada a uma bolsa de sangue, enquanto o braço direito repousa ao lado do corpo. Ao fundo, observa-se uma parede de vidro com objetos desfocados. À direita da mulher, há uma placa ou rótulo de equipamento médico, também com texto desfocado.</p> <p>No canto inferior direito, uma intérprete de Libras (Língua Brasileira de Sinais) realiza o gesto correspondente à mensagem falada, vestindo uma blusa preta. O fundo ao seu redor também é preto, criando um contraste que ressalta a</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, aparentando ser de toques de piano. Som de bipe surge novamente, igual a equipamento de monitor cardíaco.</p> <p>Locutor em off: <i>o nosso agradecimento pelo grande ato de amor</i></p>

		presença da intérprete.	
19		<p>Plano geral: Um homem está sentado, fazendo sinal de "paz e amor" com a mão direita, com os dedos indicador e médio levantados. Ele usa uma camiseta amarela, uma máscara facial branca e calças jeans em tom claro. O braço direito, estendido, está conectado a um dispositivo de coleta de sangue, com um tubo ligado e uma faixa azul na parte superior do braço. A cadeira em que ele se encontra é semelhante a uma poltrona reclinável, destinada à doação de sangue. Ao fundo, percebe-se um pequeno objeto vermelho pendurado na parede, que sugere ser uma bolsa de sangue, embora não seja possível identificá-lo claramente.</p> <p>À direita da imagem, uma postagem em uma rede social, possivelmente no Facebook, apresenta o nome "Marlos Angelo" no topo. No comentário, ele expressa: "Doar sangue é um ato de amor! #DoeSangue #AtodeAmor". Abaixo, estão três respostas de outros usuários, acompanhadas de pequenas fotos em círculos, que demonstram apoio com mensagens como: "Atitude maravilhosa!! Eu fui também", "Parabéns, Marlos", e "Muito obrigada, eu preciso sempre!!".</p> <p>No canto inferior direito, uma intérprete de Libras (Língua Brasileira de Sinais) realiza o gesto correspondente à mensagem falada, usando uma blusa preta. O fundo ao seu redor também é preto, criando um contraste que destaca sua figura. No canto superior direito,</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, aparentando ser de toques de piano. Som de bipe surge novamente, igual a equipamento de monitor cardíaco.</p> <p>Locutor em off: <i>mais do que nunca, você é necessário</i></p>

		o símbolo do governo federal aparece em branco, com a inscrição "Pátria Amada Brasil".	
20		<p>Plano geral: Um homem negro está acomodado em uma poltrona hospitalar de cor escura, vestindo uma camiseta de manga curta verde e uma máscara de pano que cobre a boca e o nariz. Sua cabeça se inclina levemente para o lado oposto, voltada para a profissional de saúde que o atende. À sua esquerda, há um armário branco com uma gaveta visível, dotada de um puxador. No canto inferior direito, uma intérprete de Libras (Língua Brasileira de Sinais) faz o gesto que corresponde à mensagem falada. O símbolo do governo federal está localizado no canto superior direito, em tom branco, com a inscrição "Pátria Amada Brasil".</p> <p>À direita do homem, no fundo da cena, encontra-se uma profissional de saúde vestindo um jaleco branco de mangas longas. Ela utiliza uma máscara descartável, óculos e luvas azuis, e seus cabelos escuros estão amarrados. À sua frente, há um armário branco, enquanto ela estende o braço direito, manipulando alguns equipamentos que se encontram desfocados.</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, aparentando ser de toques de piano.</p> <p>Locutor em off: <i>mais do que nunca, você é necessário</i></p>
21		<p>Plano geral: No canto inferior direito, uma intérprete de Libras (Língua Brasileira de Sinais) realiza o gesto que corresponde à mensagem falada. O símbolo do governo federal aparece no canto superior direito, em tom branco, com a inscrição "Pátria</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, aparentando ser de toques de piano.</p> <p>Locutor em off: <i>informe-se em um hemocentro</i></p>

		<p>Amada Brasil".</p> <p>Em destaque na imagem, um homem negro usa uma máscara clara que cobre o nariz e a boca, além de estar vestido com uma camiseta verde. Ao fundo, em desfoque, observa-se duas pessoas: uma delas em pé, vestida de branco, e a outra sentada em uma poltrona, trajando roupas escuras. Também estão desfocados alguns equipamentos.</p>	
22		<p>Plano geral: No canto inferior direito, uma intérprete de Libras (Língua Brasileira de Sinais) realiza o gesto correspondente à mensagem falada. O símbolo do governo federal é visível no canto superior direito, na tonalidade branca, com a inscrição "Pátria Amada Brasil".</p> <p>A imagem retrata uma mulher em movimento, vestindo uma blusa vermelha e calça jeans clara. Ela usa uma máscara escura que cobre o rosto e carrega uma bolsa amarela com a mão direita. A mulher caminha por uma rampa de piso claro, marcada com faixas pretas, enquanto se dirige a uma porta escura. No início da rampa, há um dispense de álcool em gel com uma seta apontando para cima. À esquerda, a imagem está completamente desfocada. As paredes do ambiente são brancas, e ao lado delas, há uma planta com folhas verdes e flores vermelhas.</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, aparentando ser de toques de piano.</p> <p>Locutor em off: <i>e saiba como doar em segurança</i></p>

23		<p>Plano geral: No canto inferior direito, uma intérprete de Libras (Língua Brasileira de Sinais) realiza o gesto correspondente à mensagem falada. O símbolo do governo federal é visível no canto superior direito, em tonalidade branca, com a inscrição "Pátria Amada Brasil". A imagem apresenta paredes brancas, com uma pia à esquerda, equipada com duas torneiras prateadas. Um dispense de sabão está fixado na parede, acima do qual se encontra um dispense de papel toalha, ambos em cores branca e preta. Ao fundo, há uma porta branca com uma faixa de vidro, e acima dela, uma placa escura que está desfocada, impossibilitando a leitura de seu conteúdo. No lado direito da imagem, um ar-condicionado se encontra na parte superior da parede, próximo a uma pessoa vestida de roupas escuras, sentada em uma poltrona, com um armário ao lado contendo um objeto desfocado em sua superfície.</p> <p>Em primeiro plano, destaca-se uma mulher em pé, vestindo uma blusa vermelha e calça jeans clara. Ela possui cabelos escuros e soltos, além de usar uma máscara escura cobrindo boca e nariz, com os braços estendidos ao lado do corpo. À sua frente, uma profissional de saúde está vestida com um jaleco branco de mangas longas. Essa mulher utiliza óculos transparentes e uma máscara descartável, além de um crachá pendurado no lado esquerdo do peito. Seus cabelos são escuros e estão presos, e ela usa luvas descartáveis azuis, segurando com a mão direita alguns tubos</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, aparentando ser de toques de piano.</p> <p>Locutor em off: <i>e saiba como doar em segurança</i></p>
----	---	---	--

		de coleta. Com o braço esquerdo estendido, ela está indicando algo.	
24		<p>Plano geral: Uma profissional de saúde aparece na imagem, utilizando uma máscara descartável branca, um jaleco da mesma cor, e luvas de látex azuis. Seu crachá, que é branco com detalhes em vermelho, está fixado no lado esquerdo do corpo. A parte superior de seu corpo é parcialmente visível. Ela segura um objeto em forma de coração vermelho com as duas mãos, e parte de um braço estendido é perceptível, com a mão aberta e uma faixa azul clara próxima ao cotovelo, sugerindo que se trata de uma coleta de sangue.</p> <p>O fundo, desfocado, remete a um ambiente clínico ou hospitalar com iluminação suave. Na parte superior da imagem, um texto destacado em vermelho e branco, em letras maiúsculas, exibe a mensagem: "SEJA SOLIDÁRIO. DOE SANGUE." No canto inferior direito, uma intérprete de Libras (Língua Brasileira de Sinais) realiza o gesto correspondente à mensagem falada. O símbolo do governo federal está presente no canto superior direito, em tonalidade branca, com a inscrição "Pátria Amada Brasil".</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, aparentando ser de toques de piano.</p> <p>Locutor em off: <i>seja solidário, doe sangue.</i></p>
25		<p>Plano geral: Uma mulher reclina-se em uma poltrona, utilizando uma máscara com estampa colorida que apresenta flores e bonecas sobre um fundo preto. Ela veste uma blusa vermelha com uma leve abertura na gola, adornada com um</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, aparentando ser de toques de piano.</p> <p>Locutor em off: <i>seja solidário, doe sangue.</i></p>

		<p>detalhe de amarração. Seus cabelos são longos e escuros. O braço direito está estendido, apresentando uma faixa azul clara próxima ao cotovelo, de onde se conecta um tubo e um possível pedaço de algodão.</p> <p>A iluminação é clara e suave, com um recipiente branco em desfoque ao fundo. No topo da imagem, um texto em caixa alta, nas cores vermelho e branco, destaca a mensagem: "SEJA SOLIDÁRIO. DOE SANGUE."</p> <p>No canto inferior direito, uma intérprete de Libras (Língua Brasileira de Sinais) realiza o gesto correspondente à mensagem falada.</p>	
26		<p>Plano geral: A imagem retrata a mesma mulher da foto anterior, ainda reclinada na poltrona, com o braço estendido e usando a máscara. O fundo preserva o padrão anterior, com paredes brancas e uma iluminação neutra.</p> <p>À esquerda, destaca-se um texto em letras azuis que afirma: "DOAR É UM ATO DE AMOR". Abaixo dessa mensagem, encontra-se um link para um site governamental (<a href="http://saude.gov.br/doacaodesangue">saude.gov.br/doacaodesangue</a>), acompanhado de um ícone de telefone com o número 136, o logotipo do Governo Federal do Brasil e o slogan "Pátria Amada Brasil". No canto inferior direito, a intérprete de Libras reaparece, gesticulando, vestindo uma blusa preta semelhante à da imagem anterior.</p>	<p>Música de fundo: Tom suave, música de fundo, aparentando ser de toques de piano.</p> <p>Locutor em off: <i>seja solidário, doe sangue.</i></p>

Apêndice 4: Decupagem cronológica da publicidade: **Doe sangue regularmente. Com a nossa união, a vida se completa**

Campanha Nacional de 2021 promovida pelo Ministério da Saúde (Governo Bolsonaro)		
Imagem	Descrição da imagem	Descrição sonora
1 	Plano geral: A imagem retrata uma mulher com uma expressão suave e um leve sorriso, apresentando pele clara e cabelos pretos soltos. Seus olhos estão voltados diretamente para a câmera. Ela veste um cardigan ou blusa verde de textura leve, sobre uma blusa branca. O fundo é bastante desfocado, criando uma profundidade de campo rasa que destaca a mulher, iluminada por uma luz suave e difusa que provavelmente entra por uma janela. À esquerda, é possível notar uma pequena forma que se assemelha a uma nuvem. No canto inferior direito, uma intérprete de Libras aparece vestindo roupas pretas, enquanto no canto superior direito há um símbolo quase imperceptível em tonalidade branca.	Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.  Locutor em off: <i>sem locução.</i>
2 	Plano geral: Um homem de aparência oriental observa diretamente a câmera, vestindo uma camisa clara com padrão quadriculado. Ao redor do pescoço, ele tem uma fita métrica, comumente usada na confecção de roupas. O fundo da imagem apresenta várias peças de vestuário penduradas em cabides, porém desfocadas. No canto superior direito, está o símbolo do governo federal em tonalidade branca, com a inscrição "Pátria Amada Brasil". No canto inferior direito, uma intérprete de Libras aparece vestindo roupas pretas.	Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.  Locutor em off: <i>as pessoas são diferentes</i>

3		<p>Plano geral: No canto superior direito, encontra-se o símbolo do governo federal em tonalidade branca, com a inscrição "Pátria Amada Brasil". No canto inferior direito, uma intérprete de Libras aparece vestindo roupas pretas. O homem retratado tem pele escura e usa uma máscara facial de tecido clara, cobrindo nariz e boca, enquanto ajusta a máscara com ambas as mãos. O fundo está bastante desfocado, dificultando a identificação precisa do local. Ele está vestido com uma camisa de manga longa, sendo visível o punho do braço direito, que está dobrado. O ambiente parece ser interno, com luz natural ou difusa, proveniente de uma janela.</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>as pessoas são diferentes</i></p>
4		<p>Plano geral: A imagem retrata um homem de pele clara e cabelos escuros, vestido com uma camiseta clara sob uma camisa de manga longa bege e usando uma máscara verde que cobre a boca e o nariz. Ele apoia ambos os braços sobre a mesa à sua frente, repleta de objetos como livros e um porta-lápis, sendo que alguns itens estão desfocados. À direita da imagem, há um armário branco de madeira com divisórias, onde um objeto não identificado está posicionado no topo. Ao fundo, uma cortina branca e, à esquerda, algumas imagens coladas na parede. No canto superior direito, destaca-se o símbolo do governo federal em tonalidade branca, com a inscrição "Pátria Amada Brasil". No canto inferior direito, uma intérprete de Libras aparece</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>sem locução.</i></p>

		vestindo roupas pretas.	
5		Plano geral: No canto superior direito, destaca-se o símbolo do governo federal em tonalidade branca, com a inscrição "Pátria Amada Brasil". À direita, na parte inferior, uma intérprete de Libras aparece vestindo roupas pretas. Ao fundo, em desfoque, duas pessoas são visíveis: uma delas está de costas, usando roupas cinzas, enquanto a outra se encontra de frente, separada por um balcão. Em destaque, uma mulher de pele clara, com cabelos escuros caindo sobre o ombro direito, observa diretamente a câmera. Ela utiliza uma máscara branca e veste uma roupa verde, parecendo sorrir pela expressão facial e pelo brilho em seu olhar.	Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.  Locutor em off: <i>sem locução.</i>
6		Plano geral: No centro da imagem, uma mulher branca utiliza óculos de grau com armação clara e uma máscara bege que cobre boca e nariz. Seus cabelos estão presos, e ela usa um colar dourado com um pingente em forma de estrela. A vestimenta consiste em uma blusa aberta bege sobre uma blusa amarela. Ao fundo, três pessoas aparecem de forma desfocada, sem que seja possível identificar detalhes. Na parte superior direita, observa-se o símbolo do governo federal em tonalidade branca, com a inscrição "Pátria Amada Brasil". No canto inferior direito, uma intérprete de Libras está presente, vestindo roupa preta.	Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.  Locutor em off: <i>sem locução.</i>

<p>7</p>		<p>Plano geral: Um homem negro está usando uma máscara branca e um chapéu marrom. Ele veste uma camisa com gola e estampa quadriculada em tons claros. No canto superior direito, encontra-se o símbolo do governo federal em tonalidade branca, com a inscrição "Pátria Amada Brasil". No canto inferior direito, uma intérprete de Libras aparece vestindo roupa preta. À direita da imagem, um fundo desfocado apresenta tonalidades verdes, enquanto à esquerda, outra área desfocada não permite a identificação de detalhes.</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>sem locução.</i></p>
<p>8</p>	 <p><small>Cada um tem seu jeito, seu gosto, sua mania, sua marca registrada.</small></p>	<p>Plano geral: No canto superior direito, está o símbolo do governo federal em tonalidade branca, com a inscrição "Pátria Amada Brasil". À direita, observa-se o pé de uma pessoa negra calçando sapatilhas azul claro, em um piso de tom amadeirado. À esquerda, encontra-se o pé de uma pessoa branca usando um sapato social marrom, com duas mãos amarrando o cadarço. Esta pessoa veste calças de cor azul escura, enquanto o piso apresenta desenhos que lembram flores.</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>cada um tem seu jeito, seu gosto, sua mania, sua marca registrada</i></p>
<p>9</p>	 <p><small>Cada um tem seu jeito, seu gosto, sua mania, sua marca registrada.</small></p>	<p>À direita da imagem, um homem negro, usando uma máscara clara e uma camisa quadriculada, segura um violão com ambas as mãos, posicionado como se estivesse tocando. Seu olhar está voltado para o braço do instrumento, enquanto uma janela ao fundo aparece desfocada. À esquerda, uma garotinha observa atentamente o violino que toca.</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>cada um tem seu jeito, seu gosto, sua mania, sua marca registrada</i></p>

		<p>Com a mão direita, segura a vareta e, com a mão esquerda, mantém o violino apoiado sob o queixo e o ombro. O fundo também está desfocado, mas parece haver uma luz acima da cabeça da menina. Na parte superior direita, está o símbolo do governo federal em tonalidade branca, com a inscrição "Pátria Amada Brasil". No canto inferior direito, uma intérprete de Libras aparece vestindo roupa preta.</p>	
10	 <p><small>Cada um tem seu jeito, seu gosto, sua mania, sua marca registrada.</small></p>	<p>Na parte superior direita, encontra-se o símbolo do governo federal em tonalidade branca com a inscrição "Pátria Amada Brasil". No canto inferior direito, uma intérprete de Libras está vestindo roupa preta. À direita da imagem, uma mulher aparece sentada de costas, com os braços levantados e dedos separados, desfrutando de uma praia sob a luz intensa do sol, que brilha à sua direita. À esquerda, um homem em movimento, usando camiseta e bermuda clara, se prepara para chutar uma bola escura em direção ao gol, que está localizado ao fundo. Ao lado do gol, algumas roupas estão penduradas em um varal. Uma porta de grade aberta se encontra à esquerda, assim como várias janelas. O muro apresenta diversas pichações.</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>cada um tem seu jeito, seu gosto, sua mania, sua marca registrada</i></p>

11	 <p>Cada um tem seu jeito, seu gosto, sua mania, sua marca registrada.</p>	<p>À esquerda da imagem, uma mão digitando em um teclado de computador é apresentada em um close-up, com uma iluminação suave em tons de cinza e preto. O fundo desfocado realça os dedos e as teclas. À direita, as pernas de uma pessoa em sapatilhas de ponta de balé estão posicionadas em ponta, levemente cruzadas. O fundo apresenta um padrão desfocado, com elementos verticais e luzes suaves, enquanto o foco permanece nas pernas e nas sapatilhas. Uma intérprete de Libras, vestindo uma blusa preta, também aparece na cena. Na parte superior direita, o símbolo do governo federal em tonalidade branca é exibido com a inscrição "Pátria Amada Brasil".</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>cada um tem seu jeito, seu gosto, sua mania, sua marca registrada</i></p>
12	 <p>Cada um tem seu jeito, seu gosto, sua mania, sua marca registrada.</p>	<p>Plano geral: À esquerda, um homem usa um chapéu de palha e uma camiseta escura, enquanto carrega uma caixa de madeira em um campo rodeado por plantas verdes. O céu é claro, e a vegetação ao redor complementa a cena. À direita, uma pessoa com máscara e jaleco branco entrega uma alface para outra pessoa, com ambas as mãos visíveis no momento da entrega. O fundo está desfocado, e na parte superior direita aparece o símbolo do governo federal em tonalidade branca, com a inscrição "Pátria Amada Brasil". Uma intérprete de Libras está vestindo uma blusa preta.</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>cada um tem seu jeito, seu gosto, sua mania, sua marca registrada</i></p>

13		<p>À esquerda, duas pessoas caminham em uma trilha na floresta, cercada por vegetação. O indivíduo da frente usa uma camiseta bege e uma máscara preta, segurando uma garrafa de água na mão direita. A segunda pessoa veste uma camiseta cinza e carrega uma mochila. À direita, um casal de idosos dançando em um ambiente interno, iluminado de forma suave, com reflexos de luz. O fundo é desfocado, criando um efeito aconchegante. Na parte superior direita, encontra-se o símbolo do governo federal em tonalidade branca, com a inscrição "Pátria Amada Brasil". Uma intérprete de Libras está vestindo uma blusa preta.</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>cada um tem seu jeito, seu gosto, sua mania, sua marca registrada</i></p>
14		<p>Plano geral: A imagem está dividida ao meio, apresentando o rosto de um homem negro com camisa azul e de outro homem branco usando camiseta vermelha, ambos com máscara branca. O fundo é desfocado, contendo elementos que indicam um ambiente de oficina ou garagem, como ferramentas e equipamentos. Uma intérprete de Libras, vestindo blusa preta, também está presente. Na parte superior direita, destaca-se o símbolo do governo federal em tonalidade branca, com a inscrição "Pátria Amada Brasil".</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>Únicos. Ser humano é isso, certo?</i></p>
15		<p>Plano geral: A imagem é dividida ao meio, apresentando o rosto de duas mulheres brancas com olhos claros. À esquerda, a mulher usa uma máscara branca, enquanto à direita, a outra exibe uma máscara listrada. O fundo está levemente desfocado. A</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>Únicos. Ser humano é isso, certo?</i></p>

		mulher à direita tem cabelo preso, enquanto a da esquerda possui cabelos soltos. Uma intérprete de Libras, vestindo blusa preta, também aparece na cena. Na parte superior direita, destaca-se o símbolo do governo federal em tonalidade branca, com a inscrição "Pátria Amada Brasil".	
16		A imagem é dividida ao meio, exibindo o rosto de dois homens negros que utilizam máscara branca. O homem à esquerda veste uma camiseta azul, enquanto o da direita está com uma camiseta clara. O fundo está desfocado, criando um efeito que destaca os rostos. Uma intérprete de Libras, com blusa preta, aparece na cena. Na parte superior direita, encontra-se o símbolo do governo federal em tonalidade branca, acompanhado da inscrição "Pátria Amada Brasil".	Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.  Locutor em off: <i>Únicos. Ser humano é isso, certo?</i>
17		Plano geral: No lado esquerdo da imagem, destaca-se uma mulher negra que usa uma blusa verde com capuz e uma máscara branca com estampa vermelha; o fundo está desfocado. À direita, um homem sentado em uma cadeira de rodas veste roupas claras e utiliza uma máscara na mesma tonalidade. Ao fundo, há uma árvore grande, enquanto um poste de luz e um carro branco estão posicionados à sua direita. O céu apresenta um azul claro, salpicado de nuvens. Na parte superior direita, encontra-se o símbolo do governo federal em tonalidade branca, junto à inscrição "Pátria Amada Brasil". Uma intérprete de Libras,	Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.  Locutor em off: <i>Únicos. Ser humano é isso, certo?</i>

		vestindo blusa preta, também está presente na cena.	
18		Plano geral: No centro da imagem, uma mulher branca utiliza uma máscara verde-claro, com os braços cruzados sobre o peito. Ela veste uma camiseta azul e exibe cabelos soltos. Ao fundo, observa-se uma paisagem ao pôr do sol, com algumas estruturas de edifícios ou montanhas desfocadas ao longe. Na parte superior direita, destaca-se o símbolo do governo federal em tonalidade branca, acompanhado da inscrição "Pátria Amada Brasil". Uma intérprete de Libras, vestindo blusa preta, também está presente na cena.	Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.  Locutor em off: <i>Únicos. Ser humano é isso, certo?</i>
19		Plano geral: Um homem negro, em primeiro plano e com uma máscara azul claro, veste uma roupa clara, visível na gola. Ao fundo, observa-se uma imagem desfocada de uma figura em traje branco, que lembra uma fantasia ou mascote (Zé Gotinha). Uma intérprete de Libras, vestindo blusa preta, está presente na cena. Na parte superior direita, destaca-se o símbolo do governo federal em tonalidade branca, acompanhado da inscrição "Pátria Amada Brasil".	Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.  Locutor em off: <i>Únicos. Ser humano é isso, certo?</i>
20		Plano geral: Uma mulher de cabelos escuros e lisos, que vão até os ombros, utiliza uma máscara branca adornada com pequenos desenhos florais. O fundo apresenta um leve desfoque, sugerindo um ambiente ao ar livre, com árvores e edificações ao longe.	Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.  Locutor em off: <i>Únicos. Ser humano é isso, certo?</i>

		Uma intérprete de Libras, vestindo blusa preta, também aparece na imagem. Na parte superior direita, destaca-se o símbolo do governo federal em tonalidade branca, acompanhado da frase "Pátria Amada Brasil".	
21		Plano geral: A imagem retrata um homem idoso com cabelos grisalhos que utiliza uma máscara branca. Ele veste uma camisa de tom claro, possivelmente laranja ou pêssego. O fundo está desfocado, sugerindo um ambiente interno. Uma intérprete de Libras, vestindo blusa preta, também está presente. Na parte superior direita, destaca-se o símbolo do governo federal em tonalidade branca, com a frase "Pátria Amada Brasil".	Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.  Locutor em off: <i>Únicos. Ser humano é isso, certo?</i>
22		Plano geral: Um homem de pele clara, com cabelos curtos e escuros, utiliza uma máscara branca e veste uma camisa da mesma cor. Ele se encontra em frente a um caminhão branco, cuja parte frontal é parcialmente visível. O fundo está levemente desfocado, enfatizando tanto o homem quanto o veículo. Há uma intérprete de Libras, vestindo blusa preta, e na parte superior direita, destaca-se o símbolo do governo federal em tom branco, acompanhado da frase "Pátria Amada Brasil".	Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.  Locutor em off: <i>Certo. Mas eu quero te falar sobre dois tipos de pessoas:</i>

23		<p>Plano geral: Uma mulher de pele clara, com o cabelo preso, utiliza uma máscara branca que cobre nariz e boca, enquanto mantém os braços dobrados à sua frente. O fundo apresenta um desfoque, com duas luzes brancas visíveis na parte superior. Há também uma intérprete de Libras, vestindo blusa preta. No canto superior direito, encontra-se o símbolo do governo federal em tom branco, acompanhado da frase "Pátria Amada Brasil".</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>Certo. Mas eu quero te falar sobre dois tipos de pessoas:</i></p>
24		<p>Plano geral: Um homem de pele clara, com cabelo curto, usa óculos de armação preta e uma máscara azul clara. Ele veste uma camisa branca com listras amarelas. O fundo, levemente desfocado, revela uma parede nas cores branca e azul. Na parte superior direita, está o símbolo do governo federal em tonalidade branca, acompanhado da expressão "Pátria Amada Brasil". Além disso, há uma intérprete de Libras vestindo blusa preta.</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>Certo. Mas eu quero te falar sobre dois tipos de pessoas:</i></p>
25		<p>Plano geral: Um homem usa óculos de armação fina, acompanhado de uma touca de proteção branca e uma máscara cirúrgica na mesma cor. Ele veste uma camisa com gola branca e está em um ambiente com iluminação artificial, onde o fundo se apresenta desfocado. O homem olha diretamente para a câmera. À direita, uma pessoa realiza a interpretação em Libras, enquanto no canto superior direito está o logotipo do governo federal em tonalidade branca, exibindo a expressão "Pátria Amada</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>Certo. Mas eu quero te falar sobre dois tipos de pessoas:</i></p>

		Brasil”.	
26		<p>Plano geral: Um homem com óculos de armação fina usa uma touca de proteção branca e uma máscara cirúrgica na mesma cor. Ele está vestido com uma camisa de gola branca e se encontra em um ambiente iluminado artificialmente, com o fundo desfocado. O homem dirige seu olhar diretamente para a câmera. À direita, uma pessoa faz a interpretação em Libras, e no canto superior direito aparece o logotipo do governo federal em branco, que apresenta a frase "Pátria Amada Brasil".</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>Certo. Mas eu quero te falar sobre dois tipos de pessoas:</i></p>
27		<p>Plano geral: Um homem de pele clara e cabelos grisalhos usa uma máscara branca e veste uma camisa de gola polo em tom claro. O fundo está completamente desfocado. À direita, uma pessoa realiza a interpretação em Libras, enquanto no canto superior direito está o logotipo do governo federal em branco, exibindo a expressão "Pátria Amada Brasil".</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>Certo. Mas eu quero te falar sobre dois tipos de pessoas:</i></p>
28		<p>Plano geral: Uma mulher de pele clara, com os cabelos presos, usa uma máscara branca e pequenos brincos. Ela veste uma blusa verde, enquanto o fundo está bastante desfocado. À direita, uma pessoa faz a interpretação em Libras, e no canto superior direito, aparece o logotipo em branco do governo federal com a inscrição "Pátria Amada Brasil".</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>Certo. Mas eu quero te falar sobre dois tipos de pessoas:</i></p>

29		<p>Plano geral: Uma mulher de pele clara, com longos cabelos castanhos escuros, usa uma máscara de tecido bege com estampa de bolinhas brancas e veste uma camiseta rosa. Uma faixa preta é visível em seu ombro, e ela se encontra ao ar livre, com prédios em segundo plano à esquerda, em desfoque. À direita, uma pessoa está realizando a interpretação em Libras, e no canto superior direito, aparece o logotipo em branco do governo federal com a inscrição "Pátria Amada Brasil".</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>Certo. Mas eu quero te falar sobre dois tipos de pessoas:</i></p>
30		<p>Plano geral: A imagem destaca uma linha curva, com uma seção branca e outra vermelha. Essa linha apresenta um aspecto fluido, sob um fundo que exibe um gradiente de tons azulados e acinzentados. À direita, uma pessoa realiza a interpretação em Libras, enquanto no canto superior direito está o logotipo em branco do governo federal, acompanhado da inscrição "Pátria Amada Brasil".</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>Certo. Mas eu quero te falar sobre dois tipos de pessoas:</i></p>
31		<p>Plano geral: O destaque da imagem é um líquido em movimento, possivelmente representando sangue, que exibe luzes e sombras que sugerem um efeito de transparência. À esquerda, há uma área escura com uma sutil linha vermelha no canto superior. O fundo apresenta um desfoque. No canto inferior direito, a intérprete de linguagem de sinais aparece vestindo uma blusa preta. No canto superior direito, está o logotipo em branco do governo federal, acompanhado da inscrição "Pátria Amada Brasil".</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>as que precisam de sangue</i></p>

		Brasil".	
32		<p>Plano geral: Uma mulher de cabelos castanho-escuros e lisos utiliza uma máscara preta adornada com desenhos florais coloridos enquanto está reclinada em uma poltrona. À esquerda, uma animação gráfica representa uma gota de sangue, ligada a uma linha que se estende até o canto da imagem. O fundo revela um ambiente interno iluminado, com móveis brancos desfocados. À direita, uma pessoa realiza a interpretação em Libras, e no canto superior direito, exibe-se o logotipo branco do governo federal, acompanhado da inscrição "Pátria Amada Brasil".</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>as que precisam de sangue</i></p>
33		<p>À esquerda da imagem, uma profissional de saúde, vestindo jaleco branco e máscara, atende uma pessoa sentada em uma poltrona hospitalar. Essa paciente usa uma blusa rosa e calça escura. No canto superior esquerdo, um ícone gráfico de uma gota de sangue, conectado a uma linha, representa o processo de doação. Ao fundo, levemente desfocada, outra pessoa está sentada em uma poltrona, com paredes brancas ao redor. À direita, uma pessoa realiza interpretação em Libras, e no canto superior direito, está o logotipo branco do governo federal com a inscrição "Pátria Amada Brasil".</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>as que precisam de sangue</i></p>

34	 <p>e os heróis que podem ajudar a salvar vidas.</p>	<p>Plano geral: Um homem negro, com máscara branca, ocupa o primeiro plano da imagem, olhando diretamente para a câmera. Ele veste uma camiseta verde clara. Ao fundo, desfocado, observa-se outra pessoa reclinada em uma cadeira, sendo atendida por um profissional de saúde. O ambiente é iluminado, com janelas ou cortinas brancas. No canto inferior direito, a intérprete de linguagem de sinais está presente, usando uma camiseta preta. No canto superior direito, encontra-se o logotipo branco do governo federal, acompanhado da inscrição "Pátria Amada Brasil".</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>e os heróis que podem ajudar a salvar vidas</i></p>
35	 <p>DOE SANGUE REGULARMENTE E PROMOVA ESSA IDEIA.</p> <p>e os heróis que podem ajudar a salvar vidas.</p>	<p>Plano geral: À esquerda, uma pessoa com jaleco branco, indicando ser um profissional de saúde, manuseia objetos hospitalares em um armário à sua frente. Seus cabelos estão presos, e ela usa máscara e óculos. À direita, um homem sentado em uma poltrona azul hospitalar usa uma máscara facial azul clara, com os braços estendidos próximos ao corpo. No centro da imagem, destaca-se uma mensagem em letras brancas maiúsculas: "DOE SANGUE REGULARMENTE E PROMOVA ESSA", com a palavra "IDEIA" em vermelho, sobreposta ao restante do texto. À esquerda do texto, há o desenho sutil de uma gota com borda fina. Uma linha vermelha se estende da palavra "IDEIA", passando sobre o homem à direita, atravessando o armário branco e quase tocando a janela onde está a intérprete de Libras,</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>e os heróis que podem ajudar a salvar vidas</i></p>

		vestindo uma camiseta preta, no canto inferior direito. As paredes são brancas. No canto superior direito, aparece o logotipo branco do governo federal com a inscrição "Pátria Amada Brasil".	
36		Plano geral: O fundo apresenta um desfoque branco. No canto superior direito, destaca-se o logotipo do governo federal com a inscrição "Pátria Amada Brasil". No canto inferior direito, uma intérprete de Libras, vestida com uma camiseta preta, está visível. Em primeiro plano, uma pessoa usa um jaleco branco de manga longa sobre uma blusa branca, complementado por uma máscara descartável e óculos de proteção. Um botão de crachá com o símbolo de um estetoscópio está preso ao jaleco. No centro da imagem, uma mensagem em letras brancas e maiúsculas diz: "DOE SANGUE REGULARMENTE E PROMOVA ESSA", com a palavra "IDEIA" em vermelho sobreposta ao restante do texto. À esquerda da mensagem, há o desenho sutil de uma gota com borda fina, que serve como elemento visual.	Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.  Locutor em off: <i>e os heróis que podem ajudar a salvar vidas</i>
37		Plano geral: No centro da imagem, destaca-se uma mensagem em letras brancas e maiúsculas: "DOE SANGUE REGULARMENTE E PROMOVA ESSA", com a palavra "IDEIA" sobreposta em vermelho. À esquerda do texto, há um desenho sutil de uma gota com borda fina. O fundo é branco e desfocado. No canto superior direito, está o logotipo	Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.  Locutor em off: <i>e os heróis que podem ajudar a salvar vidas</i>

		<p>do governo federal com a inscrição "Pátria Amada Brasil". No canto inferior direito, uma intérprete de Libras aparece vestida com uma camiseta preta. Em primeiro plano, uma profissional de saúde usa um jaleco branco de manga longa sobre uma blusa branca e uma máscara do mesmo tom. Preso ao jaleco, há um botão de crachá com o símbolo de um estetoscópio. A profissional estende um braço, com a mão semiaberta segurando um objeto vermelho, enquanto um item azul se encontra posicionado no meio do braço.</p>	
38		<p>Plano geral: A imagem destaca o braço de uma pessoa de pele clara em processo de doação de sangue, estendido sobre uma cadeira de couro marrom. O doador(a) usa uma pulseira dourada e tem as unhas pintadas em tom escuro. Conectada ao braço, há uma agulha ligada a uma tubulação de coleta. Na mão, é visível um objeto de borracha vermelho com um pequeno detalhe verde. À esquerda, na lateral da cadeira, encontram-se alguns itens brancos. No canto superior direito, exibe-se o logotipo do governo federal em branco, acompanhado da inscrição "Pátria Amada Brasil". No canto inferior direito, uma intérprete de Libras aparece vestida com uma camiseta preta.</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>e sabe o que é melhor? Vocês não precisam ser parecidos.</i></p>

39		<p>Plano geral: No canto superior direito, destaca-se o logotipo branco do governo federal acompanhado da inscrição "Pátria Amada Brasil". No canto inferior direito, uma intérprete de Libras está vestida com uma camiseta preta. Em primeiro plano, o braço de uma pessoa de pele clara segura um objeto verde com a mão fechada. O fundo está desfocado, e a pessoa usa uma roupa clara; atrás dela, há um objeto de tonalidade mais escura.</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>e sabe o que é melhor? Vocês não precisam ser parecidos.</i></p>
40		<p>Plano geral: A imagem destaca a mão de uma pessoa de pele clara segurando uma bola de borracha verde. Ao fundo, observa-se o braço do doador apoiado em uma cadeira acolchoada. No centro, a mensagem "TEM SEMPRE ALGUÉM PRECISANDO DA SUA DOAÇÃO" apresenta a palavra "DOAÇÃO" em destaque na cor vermelha, enquanto o restante do texto é branco. No canto superior direito, aparece de forma discreta o logotipo branco do governo federal com a inscrição "Pátria Amada Brasil". No canto inferior direito, uma intérprete de Libras está presente. Uma linha vermelha em formato de gota atravessa a imagem, passando sobre o texto e a bola verde.</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>e sabe o que é melhor? Vocês não precisam ser parecidos.</i></p>
41		<p>Plano geral: No canto superior direito, encontra-se o logotipo branco do governo federal com a inscrição "Pátria Amada Brasil", apresentado de forma pequena e discreta. No canto inferior direito, há uma intérprete de Libras. A imagem central mostra</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>e sabe o que é melhor? Vocês não precisam ser</i></p>

		<p>uma pessoa segurando um objeto de compressão vermelha na mão direita, enquanto um dispositivo azul e branco está preso ao braço, próximo ao cotovelo. A pessoa usa uma roupa estampada em cores vibrantes com predominância do preto e está sentada em uma cadeira vermelha, com o braço apoiado no apoio lateral. Em desfoque, a outra mão descansa sobre seu corpo. Ao fundo, duas pessoas estão sentadas; uma delas, vestida com uma camiseta preta e calça clara, apoia o braço na lateral do corpo, enquanto a outra, mais distante, usa uma blusa vermelha. A imagem contém a frase em caixa alta: "TEM SEMPRE ALGUÉM PRECISANDO DA SUA DOAÇÃO." A palavra "DOAÇÃO" destaca-se em vermelho, enquanto o restante do texto é em branco. Uma linha vermelha sutil em forma de gota cruza a parte inferior da imagem, passando por baixo da palavra "SEMPRE".</p>	<p><i>parecidos.</i></p>
<p>42</p>		<p>Plano geral: A imagem apresenta um texto centralizado em caixa alta: "TEM SEMPRE ALGUÉM PRECISANDO DA SUA DOAÇÃO." A palavra "DOAÇÃO" destaca-se em vermelho, enquanto as demais letras são brancas. Uma linha vermelha sutil, em forma de gota, atravessa o centro da imagem, passando por baixo da palavra "SEMPRE". No canto superior direito, está o logotipo branco do governo federal com a inscrição "Pátria Amada Brasil", de maneira discreta. No canto inferior direito, uma intérprete</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>Digo mais: vocês não precisam nem se conhecer.</i></p>

		<p>de Libras é visível. Ao fundo, desfocada, aparece uma pessoa vestindo uma camiseta vermelha e máscara branca, sentada em uma cadeira vermelha e levemente inclinada para trás. Seu braço esquerdo está estendido sobre o apoio da cadeira, com a mão fechada segurando um objeto vermelho, enquanto uma agulha conecta-se a uma tubulação de coleta de sangue.</p>	
43	 <p>Digo mais: vocês não precisam nem se conhecer.</p>	<p>Plano geral: No canto superior direito, destaca-se de forma discreta o logotipo branco do governo federal com a inscrição "Pátria Amada Brasil". A imagem foca no braço de um homem branco, que apresenta muitos pelos. Uma agulha conecta-se a uma tubulação de coleta de sangue, e um esparadrapo branco fixa o tubo ao seu corpo. Sua mão está levemente fechada, segurando um objeto vermelho em forma de coração. O apoio de braço da cadeira, de cor cinza, é almofadado. Ao fundo, desfocado, vislumbra-se um equipamento branco com algumas partes pretas, localizado à esquerda da imagem.</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>Digo mais: vocês não precisam nem se conhecer.</i></p>
44	 <p>Digo mais: vocês não precisam nem se conhecer.</p>	<p>Plano geral: A imagem retrata um homem em uniforme camuflado militar, que exibe uma tarjeta de identificação com o nome "SEGÓBIA" e outra com "HMASP", além de um borrão em tom claro que oculta informações. Ele está usando um quepe camuflado e uma máscara facial que combina com o uniforme. Sentado em uma cadeira hospitalar azul, o braço</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>Digo mais: vocês não precisam nem se conhecer.</i></p>

		<p>direito está levantado, como se estivesse tirando uma selfie, enquanto o braço esquerdo repousa na cadeira. Uma faixa azul está fixada em seu braço esquerdo. O fundo desfocado ressalta a figura do homem em primeiro plano, onde uma faixa branca em sua testa possui a letra "H" logo abaixo. No canto superior direito, destaca-se de forma discreta o logotipo branco do governo federal, com a inscrição "Pátria Amada Brasil".</p>	
45		<p>Plano geral: A imagem exibe um texto centralizado que diz: "INFORME-SE NO HEMOCENTRO MAIS PRÓXIMO E SAIBA COMO DOAR EM SEGURANÇA DURANTE A PAND." As palavras "INFORME-SE" estão destacadas em branco sobre um fundo vermelho. No canto superior direito, aparece de maneira discreta o logotipo branco do governo federal com a inscrição "Pátria Amada Brasil". Em destaque, um homem de pele clara está vestido com um uniforme camuflado militar e apresenta uma tarjeta de identificação com o nome "SEGÓBIA". Ele usa um quepe camuflado e uma máscara facial que combina com o uniforme. Sentado em uma cadeira hospitalar azul, seu braço esquerdo repousa no apoio da cadeira, onde uma faixa azul está presa, e uma agulha está conectada a uma tubulação de coleta de sangue. Ao fundo, uma outra cadeira hospitalar azul aparece em desfoque. No canto inferior direito, uma intérprete de Libras veste uma camiseta</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>Digo mais: vocês não precisam nem se conhecer.</i></p>

		preta.	
46		<p>Plano geral: A imagem apresenta o texto “INFORME-SE NO HEMOCENTRO MAIS PRÓXIMO E SAIBA COMO DOAR EM SEGURANÇA DURANTE A PANDEMIA”, centralizado e em caixa alta. O texto é completamente escrito na cor branca, com a expressão “INFORME-SE NO” destacada em um fundo vermelho. No canto inferior direito, uma intérprete de Libras é vista, vestindo uma camiseta preta. No canto superior direito, aparece o logotipo branco do governo federal com a inscrição "Pátria Amada Brasil", de forma pequena e discreta. Além disso, a imagem inclui uma bolsa de sangue cheia, que apresenta uma etiqueta branca à direita, enquanto os conectores estão localizados à esquerda.</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>Mas eu conheço, porque correndo aqui dentro, eu não vejo diferença.</i></p>
47		<p>Plano geral: No canto inferior direito, uma intérprete de Libras é vista, vestindo uma camiseta preta. Já no canto superior direito, aparece de forma discreta o logotipo branco do governo federal com a inscrição "Pátria Amada Brasil". O texto centralizado na imagem diz: “INFORME-SE NO HEMOCENTRO MAIS PRÓXIMO E SAIBA COMO DOAR EM SEGURANÇA DURANTE A PANDEMIA”, todo em caixa alta e na cor branca, com “INFORME-SE NO” destacado em fundo vermelho. À esquerda, há uma pessoa trajando um jaleco branco de mangas longas e luvas de látex azuis. Ao fundo,</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>Mas eu conheço, porque correndo aqui dentro, eu não vejo diferença.</i></p>

		<p>desfocado, é possível notar um armário branco com alguns materiais hospitalares em sua superfície. No canto inferior direito, parcialmente desfocado, vê-se um braço com uma fita azul amarrada.</p>	
48		<p>Plano geral: A imagem apresenta o texto centralizado: “INFORME-SE NO HEMOCENTRO MAIS PRÓXIMO E SAIBA COMO DOAR EM SEGURANÇA DURANTE A PANDEMIA”. Todo o conteúdo está em caixa alta e na cor branca, destacando-se em fundo vermelho a frase “INFORME-SE NO”. No canto inferior direito, uma intérprete de Libras é vista, usando uma camiseta preta. Já no canto superior direito, o logotipo branco do governo federal com a inscrição "Pátria Amada Brasil" aparece de forma discreta. À esquerda, uma profissional da saúde é retratada com jaleco branco de mangas longas e luvas de látex azuis; sua mão esquerda, com o dedo indicador, toca o braço à sua frente. Esse braço estendido é adornado com uma fita azul, que cobre um tecido branco e é complementado pela manga de uma camiseta verde. Ao fundo, em desfoque, é possível notar um armário branco com alguns materiais hospitalares sobre ele.</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>Mas eu conheço, porque correndo aqui dentro, eu não vejo diferença.</i></p>
49		<p>Plano geral: Uma mulher reclina-se em uma poltrona, utilizando uma máscara com estampa colorida, composta por flores e bonecas sobre um fundo preto. Ela veste uma blusa vermelha, que apresenta uma</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>Mas eu conheço, porque</i></p>

		<p>leve abertura na gola e um detalhe de amarração. Seus cabelos são longos e escuros, e a iluminação é clara e suave. No fundo desfocado, observa-se um recipiente branco. No canto inferior direito, uma intérprete de Libras (Língua Brasileira de Sinais) realiza os gestos correspondentes à mensagem verbal.</p>	<p><i>correndo aqui dentro, eu não vejo diferença.</i></p>
50		<p>Plano geral: O fundo da imagem apresenta uma suave desfocagem, mesclando tons de azul claro e cinza. No centro, destaca-se o texto em letras grandes e vermelhas: "DOE SANGUE REGULARMENTE." Abaixo, encontra-se a frase em branco sobre fundo vermelho: "Com a nossa união, a vida se completa." Logo abaixo, estão dois logotipos: à esquerda, um que representa o SUS (Sistema Único de Saúde) e, à direita, outro com a bandeira do Brasil e a inscrição "Governo Federal." No canto inferior direito, aparece a intérprete de linguagem de sinais.</p>	<p>Música de fundo: Música de fundo suave, com toques de um piano.</p> <p>Locutor em off: <i>Doe sangue regularmente. Com a nossa união, a vida se completa.</i></p>

Apêndice 5: Decupagem cronológica da publicidade: **Quando você doa sangue ajuda a salvar vidas**

Campanha Nacional de 2023 promovida pelo Ministério da Saúde (Governo Lula)			
Imagem	Descrição da imagem	Descrição sonora	
1		<p>Plano geral: O elemento central da imagem é uma mão fechada, segurando um objeto maleável de cor vermelha. A pessoa está vestindo uma calça escura e uma camiseta verde, com o braço estendido sobre o apoio da cadeira. O fundo apresenta um leve desfoque, destacando o primeiro plano.</p>	<p>Música de fundo: Toque de piano, som de batidas de coração junto ao toque do piano.</p> <p>Sem narração</p>
2		<p>Plano geral: A imagem retrata duas pessoas sentadas em um banco ao ar livre, cujos rostos não são visíveis. Ambas estão de mãos dadas; à esquerda, uma delas veste uma roupa laranja, enquanto a outra usa uma camisa amarela e calças escuras, além de um relógio no braço esquerdo. Em segundo plano, observa-se um gramado verde e amplo, cercado por diversas árvores em desfoque. No canto inferior direito, uma intérprete de linguagem de sinais está presente.</p>	<p>Música de fundo: Toque de piano</p> <p>Narração personagem mulher: <i>nunca imaginei que iríamos passar por isso.</i></p>
3		<p>Plano geral: À esquerda, dois adultos se destacam: uma mulher branca, loira, vestindo uma blusa laranja, e um homem branco, calvo, com uma camisa amarela. Ambos estão olhando para o horizonte. O cenário é ao ar livre, com um céu azul claro salpicado por algumas nuvens. Ao fundo, a paisagem é composta por árvores verdes e um campo aberto, iluminado por uma luz natural suave. No canto inferior direito, encontra-se uma intérprete de linguagem de sinais.</p>	<p>Música de fundo: Toque de piano</p> <p>Narração personagem mulher: <i>nunca imaginei que iríamos passar por isso.</i></p>

4	 <p>O meu filho, num momento tão delicado.</p>	<p>Plano geral: A imagem destaca o braço de uma pessoa branca durante o processo de doação de sangue. Uma agulha conectada a um tubo transparente permite a passagem do sangue, que tinga o tubo de vermelho. Perto da inserção da agulha, um esparadrapo a mantém fixada ao braço. A pessoa segura um objeto maleável na mesma cor. O braço está estendido e apoiado no suporte da cadeira de doação. Ao fundo, em leve desfoque, aparecem equipamentos médicos possivelmente ligados à coleta sanguínea. No canto inferior direito, há uma intérprete de Libras.</p>	<p>Música de fundo: Toque de piano, som de batidas de coração junto ao toque do piano.</p> <p>Narração personagem mulher: <i>o meu filho, num momento tão delicado,</i></p>
5	 <p>O meu filho, num momento tão delicado.</p>	<p>Plano geral: A imagem destaca uma mulher branca, loira, com olhos castanhos e levemente puxados, vestindo uma roupa laranja e com o olhar voltado para frente. À esquerda, no fundo desfocado, há uma árvore e uma montanha, enquanto à direita aparece uma pequena parte do ombro do outro personagem, também em desfoque. No canto inferior direito, encontra-se uma intérprete de linguagem de sinais.</p>	<p>Música de fundo: Toque de piano</p> <p>Narração personagem mulher: <i>o meu filho, num momento tão delicado,</i></p>
6	 <p>necessitando de doações de sangue para viver.</p>	<p>Plano geral: No canto inferior direito, observa-se uma intérprete de linguagem de sinais. O destaque da imagem recai sobre uma mão fechada que segura um objeto maleável de cor vermelha. O braço está estendido e apoiado em um suporte de uma cadeira de doação. É possível ver o tubo de coleta de sangue, pelo qual o sangue flui. A pessoa está vestindo uma camiseta clara e calças escuras. Ao fundo, de forma levemente desfocada,</p>	<p>Música de fundo: Toque de piano, som de batidas de coração junto ao toque do piano.</p> <p>Narração personagem mulher: <i>necessitando de doações de sangue para viver.</i></p>

		encontram-se equipamentos e objetos médicos.	
7		Plano geral: A imagem retrata as pernas de uma criança caminhando sobre uma área gramada ao ar livre, com uma árvore visível em desfoque no canto direito. A criança está vestindo shorts jeans azuis e uma camisa branca sobre uma camiseta rosa, além de calçar tênis brancos com uma fina listra preta. Os braços estão posicionados próximos ao corpo, com as mãos fechadas. No canto inferior direito, permanece a intérprete de linguagem de sinais.	Música de fundo: Toque de piano  Narração personagem mulher: <i>necessitando de doações de sangue para viver.</i>
8		Plano geral: A imagem captura as pernas de uma criança caminhando sobre uma área gramada ao ar livre, que aparenta ser um parque, com árvores ao fundo e iluminação natural. A criança está vestida com shorts jeans azuis, uma camisa branca sobre uma camiseta rosa, além de tênis brancos com uma fina listra preta. O chão verde é coberto por grama. No canto inferior direito, há a presença da intérprete de linguagem de sinais. Um retângulo vermelho, formado por uma linha contínua de espessura fina, destaca o texto inserido em letras maiúsculas brancas, que se sobressaem ao fundo verde da grama, tornando a mensagem facilmente legível. O conteúdo diz: “RAFAEL DE OLIVEIRA PRECISA DE SANGUE REGULARMENTE DEVIDO À DOENÇA FALCIFORME.” Essa moldura vermelha enfatiza a informação essencial sobre a necessidade de doação de sangue.	Música de fundo: Toque de piano  Narração personagem mulher: <i>graças ao sangue doado</i>

9		<p>Plano geral: Duas pessoas estão sentadas em um banco em um parque, em um ambiente ao ar livre, cercado por árvores. À esquerda, uma mulher com cabelos soltos e loiros, vestindo uma roupa laranja, olha diretamente para a câmera. À direita, um homem com camisa amarela observa a mulher, exibindo uma expressão atenta. No lado esquerdo da imagem, uma caixa de texto vermelha apresenta a seguinte mensagem: “RAFAEL DE OLIVEIRA PRECISA DE SANGUE REGULARMENTE DEVIDO À DOENÇA FALCIFORME”. O texto, em branco, está inserido dentro da caixa, que se conecta por uma linha que começa na lateral esquerda e termina na parte inferior desse lado. No canto inferior direito, uma intérprete de Libras aparece, vestida de preto.</p>	<p>Música de fundo: Toque de piano</p> <p>Narração personagem mulher: <i>graças ao sangue doado meu filho está aqui, vivo.</i></p>
10		<p>Plano geral: A imagem retrata um casal em um ambiente natural. À direita, um homem usa uma camisa amarela, enquanto à esquerda, uma mulher veste uma roupa laranja. Eles estão abraçando uma criança, que está de costas para a câmera, com os braços abertos, encaixando-se entre os dois adultos, que sorriem alegremente. No canto inferior direito, uma intérprete de Libras, vestida de preto, está em posição de sinalização. O fundo apresenta árvores em ambos os lados e um gramado verde, iluminado, que sugere um parque.</p>	<p>Música de fundo: Toque de piano, inicia mais instrumentos musicais à melodia, deixando a música mais alegre, com batidas e sons especiais.</p> <p>Narração personagem homem: <i>a sua generosidade salvou a vida do nosso filho.</i></p>

11	 <p>A sua generosidade salvou a vida do nosso filho.</p>	<p>Plano geral: A imagem apresenta um ambiente iluminado e natural, com árvores posicionadas à esquerda e à direita, cercadas por um gramado verde que cobre toda a área. No canto superior esquerdo, destaca-se uma construção branca, enquanto à direita é visível o tronco de uma árvore. Ao fundo, embaçadas, podem ser vistas mais árvores e uma pessoa caminhando. No canto inferior direito, uma intérprete de Libras, vestida de preto, realiza sinais.</p>	<p>Música de fundo: Toque de piano, inicia mais instrumentos musicais à melodia, deixando a música mais alegre, com batidas e sons especiais.</p> <p>Narração personagem homem: <i>a sua generosidade salvou a vida do nosso filho.</i></p>
12	 <p>Para todos nós que doam sangue.</p>	<p>Plano geral: Em um banco de parque, três pessoas estão sentadas. À esquerda, uma criança com cabelo curto usa uma camisa rosa clara sob uma camisa branca e desvia o olhar. Atrás dela, uma mulher de cabelos longos e loiros, vestida com uma blusa laranja, observa a câmera. À direita, um homem de camisa amarela exibe um leve sorriso enquanto também se volta para a lente. O fundo é composto por um cenário natural com árvores e vegetação, que sugere um ambiente ao ar livre, iluminado por uma luz solar suave, caracterizando um dia claro e ensolarado. No canto inferior direito, uma intérprete de Libras, vestida de preto, faz sinais.</p>	<p>Música de fundo: Toque de piano, inicia mais instrumentos musicais à melodia, deixando a música mais alegre, com batidas e sons especiais.</p> <p>Narração personagem homem: <i>para todos vocês que doam sangue,</i></p>
13	 <p>muito obrigado!</p>	<p>A imagem apresenta um close de uma mulher que segura uma criança, olhando para ela com ternura. A criança, de perfil, retribui o olhar com uma expressão suave. À direita, uma pequena parte do rosto de um homem é visível, sugerindo sua presença na cena. O fundo desfocado exibe um gramado verde e algumas árvores,</p>	<p>Música de fundo: Toque de piano, inicia mais instrumentos musicais à melodia, deixando a música mais alegre, com batidas e sons especiais.</p> <p>Narração personagem homem: <i>muito obrigado!</i></p>

		reforçando a ambientação de parque. A iluminação é suave e natural. No canto inferior direito, uma intérprete de Libras, vestida de preto, se encontra em posição de sinalização.	
14	 <p>Quando você doa sangue ajuda a salvar muitas vidas.</p>	<p>Plano geral: A imagem destaca o braço de uma pessoa negra, que apresenta uma bandagem azul no local da inserção da agulha, indicando que está realizando uma doação de sangue. A mão segura uma bola vermelha circular, utilizada para ajudar na circulação durante o procedimento. O braço repousa sobre uma superfície cinza, enquanto o fundo, em tons de rosa, aparece desfocado, possivelmente em razão da roupa da pessoa. No canto inferior esquerdo, inicia-se uma linha gráfica que remete a uma conexão de sangue, e no canto inferior direito, uma intérprete de Libras se faz presente.</p>	<p>Música de fundo: Toque de piano, inicia mais instrumentos musicais à melodia, deixando a música mais alegre, com batidas e sons especiais.</p> <p>Narração em off: <i>quando você doa sangue ajuda a salvar muitas vidas,</i></p>
15	 <p>UMA DOAÇÃO AJUDA A SALVAR ATÉ 4 VIDAS.</p> <p>Quando você doa sangue ajuda a salvar muitas vidas.</p>	<p>Plano geral: Um homem negro, careca e com expressão relaxada, está levemente reclinado em uma cadeira hospitalar cinza. Ele veste uma camisa rosa, enquanto o fundo é composto por paredes claras com detalhes desfocados. À direita, um suporte branco para papel toalha e sabonete líquido está fixado na parede. No canto inferior esquerdo, uma caixa de texto vermelha com bordas finas apresenta a frase em branco: "UMA DOAÇÃO AJUDA A SALVAR ATÉ 4 VIDAS." A borda tem um formato curvo que envolve o texto de maneira fluida, criando uma moldura orgânica. No canto inferior direito, uma intérprete de Libras está presente.</p>	<p>Música de fundo: Toque de piano, inicia mais instrumentos musicais à melodia, deixando a música mais alegre, com batidas e sons especiais.</p> <p>Narração em off: <i>quando você doa sangue ajuda a salvar muitas vidas,</i></p>

16		<p>Plano geral: Um homem negro, com barba rala e cabeça raspada, sorri enquanto está sentado em uma cadeira hospitalar azul. Ele usa uma camiseta azul-claro, e ao fundo grandes janelas permitem a entrada de luz natural, proporcionando uma vista desfocada de árvores e céu azul. No canto inferior esquerdo, uma caixa de texto vermelha com bordas finas exibe a frase em branco: "UMA DOAÇÃO AJUDA A SALVAR ATÉ 4 VIDAS." A borda, com um formato curvo, envolve o texto de forma fluida, formando uma moldura dinâmica. No canto inferior direito, uma intérprete de Libras está presente.</p>	<p>Música de fundo: Toque de piano, inicia mais instrumentos musicais à melodia, deixando a música mais alegre, com batidas e sons especiais.</p> <p>Narração em off: <i>doe sangue regularmente.</i></p>
17		<p>Plano geral: No canto inferior direito, aparece uma intérprete de Libras. Em destaque, uma mulher branca de cabelos castanhos soltos, adornada com brincos de argola, levemente maquiada e vestindo uma blusa vinho com gola e botões claros, sorri suavemente enquanto olha diretamente para a câmera. Ela está sentada em uma cadeira hospitalar azul, com janelas de vidro desfocadas ao fundo. No canto inferior esquerdo, uma caixa de texto vermelha, com bordas finas e curvas, apresenta a frase em branco: "UMA DOAÇÃO AJUDA A SALVAR ATÉ 4 VIDAS," formando uma moldura dinâmica ao redor da mensagem.</p>	<p>Música de fundo: Toque de piano, inicia mais instrumentos musicais à melodia, deixando a música mais alegre, com batidas e sons especiais.</p> <p>Narração em off: <i>doe sangue regularmente.</i></p>

18		<p>No canto inferior esquerdo, uma caixa de texto vermelha com bordas finas e arredondadas exibe a frase em branco: "UMA DOAÇÃO AJUDA A SALVAR ATÉ 4 VIDAS," criando uma moldura dinâmica em torno da mensagem. No canto inferior direito, está uma intérprete de Libras. Em destaque, um homem branco de cabelos pretos e barba cheia, vestido com uma camiseta azul de gola polo, está sentado em uma cadeira hospitalar azul. Ele sorri enquanto uma janela de vidro ao fundo é visível, juntamente com outra janela semelhante à esquerda.</p>	<p>Música de fundo: Toque de piano, inicia mais instrumentos musicais à melodia, deixando a música mais alegre, com batidas e sons especiais.</p> <p>Narração em off: <i>procure um hemocentro mais próximo.</i></p>
19		<p>Plano geral: A imagem apresenta uma mulher negra com cabelos longos e trançados, vestindo uma camiseta azul. Ela está sentada em uma cadeira hospitalar cinza e exibe um sorriso suave. Ao fundo, observa-se, de forma desfocada, paredes brancas e uma janela de vidro. No canto inferior direito, encontra-se uma intérprete de Libras, que usa uma camiseta preta.</p>	<p>Música de fundo: Toque de piano, inicia mais instrumentos musicais à melodia, deixando a música mais alegre, com batidas e sons especiais.</p> <p>Narração em off: <i>procure um hemocentro mais próximo.</i></p>
20		<p>Plano geral: A imagem destaca uma criança vestida com uma camiseta rosa e uma camisa branca, em pé e olhando diretamente para a câmera. Ela está estendendo as mãos à frente, como se estivesse apontando para quem observa. No canto superior esquerdo, aparece o endereço "gov.br/doesangue", enquanto a criança forma um coração com as mãos. No centro, a sigla do SUS (Sistema Único de Saúde) é acompanhada pelo seu símbolo. À direita, encontra-se o texto "GOVERNO FEDERAL".</p>	<p>Música de fundo: Toque de piano, inicia mais instrumentos musicais à melodia, deixando a música mais alegre, com batidas e sons especiais.</p> <p>Narração em off: Ministério da Saúde. Brasil. União e reconstrução. Governo Federal.</p>

		<p>BRASIL UNIÃO E RECONSTRUÇÃO”, ao lado do logotipo oficial, que reforça o apoio institucional. No canto inferior direito, uma intérprete de Libras, vestindo preto, realiza sinais. O fundo da imagem é composto por um parque arborizado, com luz solar suave e um extenso gramado verde, cercado por árvores.</p>	
--	--	---	--