

Sociedade Ponto Verde lança segundo episódio da série “Campanhas que mudaram Portugal”

30 de Abril, 2021

Para celebrar os 25 anos da Sociedade Ponto Verde (SPV), foi lançado mais um episódio da série “Campanhas que mudaram Portugal”, que apresenta as icónicas campanhas da SPV feitas ao longo dos últimos anos e que marcaram os portugueses e os seus hábitos de reciclagem. No segundo episódio a viagem vai até 2008, “onde a emoção se tornou o conceito-chave da comunicação da marca”, refere em comunicado a SPV.

A série, dividida em quatro episódios, cujo [primeiro episódio](#) recordou o emblemático Gervásio, o chimpanzé que aprendeu a reciclar numa hora e doze minutos, relembra os distintos ganchos de comunicação que a SPV criou ao longo de mais de duas décadas, com o propósito de alterar as rotinas da população portuguesa no que toca ao tratamento e separação dos resíduos domésticos. “É através deste regresso ao passado, sempre com os olhos colocados no futuro, que revisitamos todo o trabalho necessário para a criação destas campanhas inovadoras e o testemunho dos profissionais envolvidos nos diversos projetos que diferenciam a sua estratégia de comunicação até aos dias de hoje”, afirma a entidade.

“A Sociedade Ponto Verde é inovadora desde a sua criação. Sentimos um enorme orgulho ao fazer esta visita ao passado, vendo que não só desenvolvemos campanhas memoráveis, como estas foram motivadoras ao ponto de fazer com que milhares de portugueses olhassem à sua volta, refletissem e adotassem escolhas mais sustentáveis para o ambiente através da reciclagem. Acreditamos ser essencial continuar a apostar numa estratégia de comunicação impactante para que estas mudanças continuem a acontecer”, destaca Ana Trigo Morais, CEO da Sociedade Ponto Verde.

No mais recente episódio, lançado esta quinta, é possível visitar o estúdio onde nasceram duas campanhas da Sociedade Ponto Verde, desenvolvidas entre 2007 e 2008, e ouve-se as memórias de profissionais que trabalharam na sua concretização. Esta foi a altura em que os criativos por detrás da comunicação da SPV se tornaram convictos de que as crianças, em representação do futuro, têm um papel muito eficaz quando o objetivo é sensibilizar uma sociedade a adotar novos hábitos de reciclagem.

Ainda neste episódio recorda-se a parceria da SPV com a Associação Laço, que resultou na campanha “2 Causas por 1 Causa”, com o objetivo de sensibilizar para o rastreio do cancro da mama. Desta vez, o desafio foi diferente: “passar de uma comunicação com um lado infantil e alegre para um contexto onde se comunicava a doença oncológica”. Nesta campanha, a SPV deu voz a conhecidas mulheres portuguesas, mantendo o tom positivo.

O terceiro estreia no final de maio e o último será em junho.