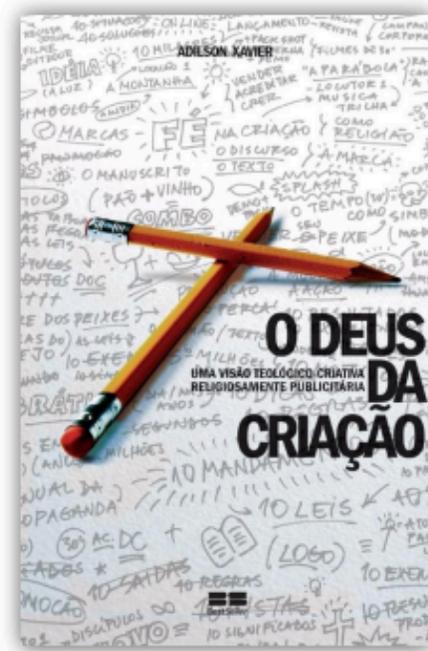


FACULDADES INTEGRADAS TERESA D'ÁVILA
3º PUBLICIDADE E PROPAGANDA

**Jesus mais que um profeta, um comunicador altamente
persuasivo.**

Camila Corrêa

Michele Tainá da Silva



XAVIER, Adilson. **O Deus da Criação. Uma visão Teológico-Criativa, Religiosamente Publicitária.** Editora: BestSeller; Rio de Janeiro, 2007, 218 páginas.

O livro *O Deus da Criação* de Adilson Xavier foi publicado pela editora BestSeller, em 2007, mostra que Jesus Cristo foi mais que um simples profeta ele foi um comunicador impecável, utilizando de várias teorias de persuasão para atingir o seu objetivo de levar a palavra para todos da terra. Ele deixou sua história de vida para todos os publicitários como um grande exemplo.

FACULDADES INTEGRADAS TERESA D' ÀVILA

3o PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Jesus mais que um profeta, um comunicador altamente persuasivo.

Camila Corrêa

Michele Tainá da Silva

XAVIER, Adilson. O Deus da Criação. Uma visão Teológico-Criativa, Religiosamente Publicitária. Editora: BestSeller; Rio de Janeiro, 2007, 218 páginas.

O livro O Deus da Criação de Adilson Xavier foi publicado pela editora BestSeller, em 2007, mostra que Jesus Cristo foi mais que um simples profeta ele foi um comunicador impecável, utilizando de várias teorias de persuasão para atingir o seu objetivo de levar a palavra para todos da terra. Ele deixou sua história de vida para todos os publicitários como um grande exemplo.

A marca de Jesus é algo tão simples, é apenas um traço na vertical passando por outro na horizontal, mas obtém um significado imenso, pode "significar dor e sofrimento, mais também uma pessoa de braços abertos, livre e acolhedora."(XAVIER, 2007). Além disso tudo é uma marca que pode ser feita com qualquer matéria prima, madeira, metal, tecido entre outros materiais. E o melhor da marca de Jesus, é que foi criada há milhares de anos e ainda continua na cabeça do público-alvo. Criar uma marca como essa é o sonho de milhares de publicitários.

A Publicidade deve ser considerada uma arte primeiramente por ter como sua principal ferramenta diária a criatividade, e também, por seus frutos como comerciais demonstrarem claramente a sociedade atual. É frequente vermos comerciais no qual refletem o dia a dia de famílias e além disso podem nos passar diversos sentimentos, é por isso que acreditamos que publicidade é uma arte.

Podemos distinguir a criatividade em três níveis, sendo o normal, o anormal e o genial. O primeiro nível é achado em todas as pessoas, o segundo encontra-se em algumas pessoas e as que possuem podem se candidatar a exercer as "profissões criativas" e o terceiro é um nível raro de se obter. E Jesus estava entre o segundo e o terceiro nível de criatividade.

Para que algo seja considerado criativo é preciso que novidade e surpresa estejam presentes, pois se o público-alvo não se surpreender o suficiente o produto passa despercebido por eles.

A inteligência é um complemento para criatividade, pois ela é formada por três pontos vitais: discernimento, fantasia e intuição. O que vem da inteligência é apenas o discernimento o resto é por conta do "coração", a inteligência e a criatividade são como o cérebro e o coração, um mais racional e o outro emocional.

Até agora falamos só de criatividade. E o que isso tem a ver com Jesus? Tudo a ver, pois Jesus foi uma pessoa extremamente criativa, no nível de anormal. Passava suas mensagens através de parábolas, quer coisa mais criativa do que isso? E Ele era criativo porque precisava ser na sua função de comunicador, assim é também como os publicitários.

Jesus foi um grande comunicador conseguiu passar suas mensagens para o mundo todo, e mesmo depois de mais dois mil anos, suas mensagens

A marca de Jesus é algo tão simples, é apenas um traço na vertical passando por outro na horizontal, mas obtém um significado imenso, pode “significar dor e sofrimento, mais também uma pessoa de braços abertos, livre e acolhedora.”(XAVIER, 2007). Além disso tudo é uma marca que pode ser feita com qualquer matéria prima, madeira, metal, tecido entre outros materiais. E o melhor da marca de Jesus, é que foi criada há milhares de anos e ainda continua na cabeça do público-alvo. Criar uma marca como essa é o sonho de milhares de publicitários.

A Publicidade deve ser considerada uma arte primeiramente por ter como sua principal ferramenta diária a criatividade, e também, por seus frutos como comerciais demonstrarem claramente a sociedade atual. É frequente vermos comerciais no qual refletem o dia a dia de famílias e além disso podem nos passar diversos sentimentos, é por isso que acreditamos que publicidade é uma arte.

Podemos distinguir a criatividade em três níveis, sendo o normal, o anormal e o genial. O primeiro nível é achado em todas as pessoas, o segundo encontra-se em algumas pessoas e as que possuem podem se candidatar a exercer as “profissões criativas” e o terceiro é um nível raro de se obter. E Jesus estava entre o segundo e o terceiro nível de criatividade.

Para que algo seja considerado criativo é preciso que novidade e surpresa estejam presentes, pois se o público-alvo não se surpreender o suficiente o produto passa despercebido por eles.

A inteligência é um complemento para criatividade, pois ela é formada por três pontos vitais: discernimento, fantasia e intuição. O que vem da inteligência é apenas o discernimento o resto é por conta do “coração”, a inteligência e a criatividade são como o cérebro e o coração, um mais racional e o outro emocional.

Até agora falamos só de criatividade. E o que isso tem a ver com Jesus? Tudo a ver, pois Jesus foi uma pessoa extremamente criativa, no nível de

anormal. Passava suas mensagens através de parábolas, quer coisa mais criativa do que isso? E Ele era criativo porque precisava ser na sua função de comunicador, assim é também como os publicitários.

Jesus foi um grande comunicador conseguiu passar suas mensagens para o mundo todo, e mesmo depois de mais dois mil anos, suas mensagens

continuam sendo veiculadas de diversas formas. Em livros, filmes, quadros, músicas, eventos entre diversas outras coisas. Imagine uma campanha de publicidade que faça sucesso por mais de dois mil anos, ou um produto que por todo esse tempo continue no mercado e inspirando outros produtos.

Com toda essa criatividade a maioria das pessoas que foram e são extremamente criativas, são consideradas loucas pelas demais, e não foi diferente com Jesus. Imagina que loucura alguém lhe dizer que irá morrer e depois de três dias ressuscitar, não há loucura maior do que isso. Mas como se diz o velho ditado "de louco todos temos um pouco".

Algumas características presentes na maioria das pessoas criativas definem a personalidade criativa, são elas: curiosidade, atenção desfocada, inteligência multifocal, introversão, independência, o não convencionalismo e a persistência. E todas essas características estavam presentes na vida de Jesus.

Mais apenas isso não é o suficiente para se tornar um bom comunicador, é preciso saber escrever, como escrever e para quem escrever. Hoje em dia, graças a tecnologia e ao internet muitos são os comunicólogos que não sabem escrever e utilizam do velho ditado para se justificar ("uma imagem vale mais que mil palavras"), porém Jesus durante sua trajetória na terra provou o contrário, dizendo sempre que a palavra muitas vezes é tudo e pode mudar tudo.

Não só Jesus como também Sócrates foi morto pelas palavras que disseram e ambos também não escreveram nada em vida, os relatos foram feitos por terceiros e apenas após a morte dos mesmos. Pode-se ver claramente a importância e o que pode causar o uso de palavras.

Muito mais que usar palavras é preciso saber como usar de acordo com o público, é preciso conectar a mensagem com ele. Há dois tipos de conexão: emocional e cultural. A primeira "atua nos domínios do sentir" (XAVIER, 2007), podendo causar vários tipos de emoções de acordo com o produto e o público, a segunda refere-se "a vivência da mesma realidade"(XAVIER, 2007) e ambas as conexões são importantes para uma comunicação de sucesso.

Um grande exemplo de conexão ensinado por Jesus foi o pai nosso, ele inicia a oração com uma conexão emocional e depois de cativar o público a

continuam sendo veiculadas de diversas formas. Em livros, filmes, quadros, músicas, eventos entre diversas outras coisas. Imagine uma campanha de publicidade que faça sucesso por mais de dois mil anos, ou um produto que por todo esse tempo continue no mercado e inspirando outros produtos.

Com toda essa criatividade a maioria das pessoas que foram e são extremamente criativas, são consideradas loucas pelas demais, e não foi diferente com Jesus. Imagina que loucura alguém lhe dizer que irá morrer e depois de três dias ressuscitar, não há loucura maior do que isso. Mas como se diz o velho ditado “de louco todos temos um pouco”.

Algumas características presentes na maioria das pessoas criativas definem a personalidade criativa, são elas: curiosidade, atenção desfocada, inteligência multifocal, introversão, independência, o não convencionalismo e a persistência. E todas essas características estavam presentes na vida de Jesus.

Mais apenas isso não é o suficiente para se tornar um bom comunicador, é preciso saber escrever, como escrever e para quem escrever. Hoje em dia, graças a tecnologia e ao internetmuitos são os comunicólogos que não sabem escrever e utilizam do velho ditado para se justificar (“uma imagem vale mais que mil palavras”), porém Jesus durante sua trajetória na terra provou o contrário, dizendo sempre que a palavra muitas vezes é tudo e pode mudar tudo.

Não só Jesus como também Sócrates foi morto pelas palavras que disseram e ambos também não escreveram nada em vida, os relatos foram feitos por terceiros e apenas após a morte dos mesmos. Pode-se ver claramente a importância e o que pode causar o uso de palavras.

Muito mais que usar palavras é preciso saber como usar de acordo com o público, é preciso conectar a mensagem com ele. Há dois tipos de conexão: emocional e cultural. A primeira “atua nos domínios do sentir” (XAVIER, 2007), podendo causar vários tipos de emoções de acordo com o produto e o público,

a segunda refere-se “a vivência da mesma realidade”(XAVIER, 2007) e ambas as conexões são importantes para uma comunicação de sucesso.

Um grande exemplo de conexão ensinado por Jesus foi o pai nosso, ele inicia a oração com uma conexão emocional e depois de cativar o público a

mensagem é passada. A conexão emocional pode também ser comparada com a sedução e com a introdução de um conteúdo.

Jesus foi um mestre em utilizar da conexão cultural, ele dizia para pessoas de classe social e profissões diferentes, uma mesma mensagem adequando ela de acordo com quem ouvia, para que o público pudesse entender facilmente a mensagem. Os publicitários devem saber adequar a mensagem de acordo com o seu público, pois só assim conseguirão persuadir com eficiência.

Na comunicação é preciso que o público comungue, assim como também na propaganda, pois no mercado atual é preciso mais que simplesmente vender é necessário que o público tenha uma comunhão com o marca, pois ao contrario disto a propaganda se torna superficial e não cumpre sua principal função de persuadir e conquistar o consumidor.

Deus assim como os publicitários criou um briefing para que todos fizessem de acordo com que ele pediu, o famoso Dez Mandamentos escritos por Moisés de acordo com que Deus mandou, Xavier criou os dez mandamentos para os publicitários que também podem ser chamados de 10 dicas, eles foram retirados de acordo com vida de Jesus. Os 10 mandamentos/dicas são: Flexibilizarás, Focarás, Simplificarás, Subverterás, Rirás, Encantarás, Questionarás, Confiarás, Exagerarás e Persistirás.

O primeiro mandamento afirma que um bom comunicólogo deve ser flexível, aberto sempre para modificações. Pois de tempos em tempos as regras devem ser mudadas de acordo com a realidade da sociedade. Um exemplo disso é um comercial ou anuncio que fazia sucesso a uns quinze anos atrás, e hoje já não faria diferença alguma, seria apenas mais um ou pior poderia agregar conceitos ruins para marca.

Jesus utilizou do segundo mandamento e conseguiu um grande resultado, primeiro a sociedade tinha dez mandamentos para serem obedecidos, mas Jesus os reduziu para apenas dois, dando um foco a palavra "amor". Os publicitários assim também devem fazer, obter sempre um foco, passando por três "peneiras": a verdade da marca, a verdade do consumidor e a verdade dos concorrentes e assim acharam o diferencial/foco do seu cliente. Um conceito forte e bem focado gera resultados inesperados e mídia espontânea.

mensagem é passada. A conexão emocional pode também ser comparada com a sedução e com a introdução de um conteúdo.

Jesus foi um mestre em utilizar da conexão cultural, ele dizia para pessoas de classe social e profissões diferentes, uma mesma mensagem adequando ela de acordo com quem ouvia, para que o público pudesse entender facilmente a mensagem. Os publicitários devem saber adequar a mensagem de acordo com o seu público, pois só assim conseguirão persuadir com eficiência.

Na comunicação é preciso que o público comungue, assim como também na propaganda, pois no mercado atual é preciso mais que simplesmente vender é necessário que o público tenha uma comunhão com o marca, pois ao contrario disto a propaganda se torna superficial e não cumpre sua principal função de persuadir e conquistar o consumidor.

Deus assim como os publicitários criou um briefing para que todos fizessem de acordo com que ele pediu, o famoso Dez Mandamentos escritos por Moisés de acordo com que Deus mandou, Xavier criou os dez mandamentos para os publicitários que também podem ser chamados de 10 dicas, eles foram retirados de acordo com vida de Jesus. Os 10 mandamentos/dicas são: Flexibilizarás, Focarás, Simplificarás, Subverterás, Rirás, Encantarás, Questionarás, Confiarás, Exagerarás e Persistirás.

O primeiro mandamento afirma que um bom comunicólogo deve ser flexível, aberto sempre para modificações. Pois de tempos em tempos as regras devem ser mudadas de acordo com a realidade da sociedade. Um exemplo disso é um comercial ou anuncio que fazia sucesso a uns quinze anos atrás, e hoje já não faria diferença alguma, seria apenas mais um ou pior poderia agregar conceitos ruins para marca.

Jesus utilizou do segundo mandamento e conseguiu um grande resultado, primeiro a sociedade tinha dez mandamentos para serem obedecidos, mas Jesus os reduziu para apenas dois, dando um foco a palavra

“amor”. Os publicitários assim também devem fazer, obter sempre um foco, passando por três “peneiras”: a verdade da marca, a verdade do consumidor e a verdade dos concorrentes e assim acharam o diferencial/foco do seu cliente. Um conceito forte e bem focado gera resultados inesperados e mídia espontânea.

O terceiro mandamento é um complemento do segundo, os dois andam lado a lado. Para simplificar é preciso ter um foco e para ter foco é preciso simplificar. Jesus simplificava suas mensagens utilizando uma ferramenta, a analogia, no qual faz com que a mensagem chegue mais perto do consumidor. A analogia também é muito utilizada nos dias de hoje, em várias propagandas e é bem vista pelo público-alvo, pois faz com que ele entenda melhor a mensagem.

O quarto mandamento é Subverterás, este trata de inverter as coisas e situações ou voltar o sentido natural de algo. Jesus aplicou este mandamento desde seu nascimento até o final dos seus dias, através do relato do seu nascimento já observa-se a forma invertida da chegada de um rei ao mundo, as instruções em forma de parábolas de como proceder com outro indivíduo, servem como instruções que se aplicam muito bem ainda nos dias de hoje principalmente para se criar algo novo e impactante, procurando quebrar as expectativas de forma diferenciada e inteligente. Quando se possibilita ao público estas e outras diferentes formas de se ver um produto a experiência do mesmo passa ser muito agradável permanecendo gravada na memória junto com a mensagem do anunciante. Lembrando que o que é diferente, o que não é padrão fica gravado em nossa memória um exemplo é o jingle da loja pernambucanas "cadê meu celular".

O próximo mandamento é rirás, este mandamento aplica-se perfeitamente na comunicação em especial a criação. Campanhas com humor inteligente tende a arrancar sorrisos até mesmos dos mais sérios. Nas palavras de Xavier "o humor, em sua definição mais precisa, é uma maneira inteligente, sutil e engenhosa de interpretar a realidade, pondo em destaque os aspectos e os lados singulares, bizarros e divertidos". Jesus também utilizou do humor em vários trechos dos evangelhos em resposta a situações embaraçosas que seus opositores tentavam colocá-lo, possibilitando assim notar que com a quantidade certa de humor na comunicação é quase que impossível não se tornar inesquecível na memória do público-alvo.

Seguindo os mandamentos nos deparamos com o encantarás, este tem a ver com seduzir, atrair, reter a atenção do indivíduo. O mesmo trabalha efetivamente para mexer com as emoções. Vemos isso em campanhas inovadoras, mas quando isso não acontece é necessária uma nova

O terceiro mandamento é um complemento do segundo, os dois andam lado a lado. Para simplificar é preciso ter um foco e para ter foco é preciso simplificar. Jesus simplificava suas mensagens utilizando uma ferramenta, a analogia, no qual faz com que a mensagem chegue mais perto do consumidor. A analogia também é muito utilizada nos dias de hoje, em várias propagandas e é bem vista pelo público-alvo, pois faz com que ele entenda melhor a mensagem.

O quarto mandamento é Subverterás, este trata de inverter as coisas e situações ou voltar o sentido natural de algo. Jesus aplicou este mandamento desde seu nascimento até o final dos seus dias, através do relato do seu nascimento já observa-se a forma invertida da chegada de um rei ao mundo, as instruções em forma de parábolas de como proceder com outro indivíduo, servem como instruções que se aplicam muito bem ainda nos dias de hoje principalmente para se criar algo novo e impactante, procurando quebrar as expectativas de forma diferenciada e inteligente. Quando se possibilita ao público estas e outras diferentes formas de se ver um produto a experiência do mesmo passa ser muito agradável permanecendo gravada na memória junto com a mensagem do anunciante. Lembrando que o que é diferente, o que não é padrão fica gravado em nossa memória um exemplo é o jingle da loja pernambucanas “cadê meu celular”.

O próximo mandamento é rirás, este mandamento aplica-se perfeitamente na comunicação em especial a criação. Campanhas com humor inteligente tende a arrancar sorrisos até mesmos dos mais sérios. Nas palavras de Xavier “o humor, em sua definição mais precisa, é uma maneira inteligente, sutil e engenhosa de interpretar a realidade, pondo em destaque os aspectos e os lados singulares, bizarros e divertidos”. Jesus também utilizou do humor em vários trechos dos evangelhos em resposta a situações embaraçosas que seus opositores tentavam colocá-lo, possibilitando assim notar que com a quantidade certa de humor na comunicação é quase que impossível não se

tornar inesquecível na memória do público-alvo.

Seguindo os mandamentos nos deparamos com o encantará, este tem a ver com seduzir, atrair, reter a atenção do indivíduo. O mesmo trabalha efetivamente para mexer com as emoções. Vemos isso em campanhas inovadoras, mas quando isso não acontece é necessária uma nova

reformulação nas estratégias para que o encanto aconteça seja ele através de um slogan, de um personagem carismático dentre outros elementos. Ainda olhando para os evangelhos vemos isso bem claro em Jesus, aonde ele passava muitas pessoas eram e ainda são atraídas por seus atos e palavras, são encantadas pela sua simplicidade, são seduzidas pelo inédito.

A seguir vem o sétimo mandamento questionarás, as questões nos servem de parâmetro para a busca de novas saídas, novas respostas e novos questionamentos, Jesus mostra isso em muitos pontos dos evangelhos, principalmente em suas parábolas deixando sempre a resposta em aberto fazendo o povo decidir por si próprio a melhor resposta, isso também é válido para a propaganda de uma empresa, os questionamentos servem para o público refletir por mais tempo sobre o que determinada empresa quer informar.

No oitavo mandamento nos deparamos com o tema Confiarás, na comunicação a confiança é essencial, mas é necessário estar atento para uma questão crucial que muitas vezes nos permite ver se estamos no caminho certo ou não, essa questão é: a mensagem será captada? Pois, não adianta ter todas as estratégias prontas quando a mensagem não é captada de forma correta, por isso a confiança no que está fazendo deve estar entrelaçada em todo o processo da comunicação de uma empresa principalmente na criação. O medo de fracassar é o maior inimigo de todos, o medo pode pôr tudo a perder em questão de segundos, neste momento deve entrar em ação a autoconfiança, esta que porém muitas vezes é confundida com arrogância quando usada em excesso. A confiança deve existir dos dois lados, tanto da parte da equipe de comunicação quanto da parte do cliente, pois quando um dos dois lados está inseguro a confiança tende a ficar abalada. Observando a história de Jesus, vemos que ele extraia o melhor das pessoas, restaurava a autoconfiança das mesmas com suas palavras amigas, compartilhando as experiências do povo.

O nono mandamento refere-se ao exagerarás, mandamento este que foca na estratégia de enfatizar um determinado ponto do produto ou serviço, Jesus também utilizou desta estratégia para chamar a atenção do povo. O exagero é um artifício para tornar-se um produto/serviço mais atraente ao consumidor.

reformulação nas estratégias para que o encanto aconteça seja ele através de um slogan, de um personagem carismático dentre outros elementos. Ainda olhando para os evangelhos vemos isso bem claro em Jesus, aonde ele passava muitas pessoas eram e ainda são atraídas por seus atos e palavras, são encantadas pela sua simplicidade, são seduzidas pelo inédito.

A seguir vem o sétimo mandamento questionarás, as questões nos servem de parâmetro para a busca de novas saídas, novas respostas e novos questionamentos, Jesus mostra isso em muitos pontos dos evangelhos, principalmente em suas parábolas deixando sempre a resposta em aberto fazendo o povo decidir por si próprio a melhor resposta, isso também é válido para a propaganda de uma empresa, os questionamentos servem para o público refletir por mais tempo sobre o que determinada empresa quer informar.

No oitavo mandamento nos deparamos com o tema Confiarás, na comunicação a confiança é essencial, mas é necessário estar atento para uma questão crucial que muitas vezes nos permite ver se estamos no caminho certo ou não, essa questão é: a mensagem será captada? Pois, não adianta ter todas as estratégias prontas quando a mensagem não é captada de forma correta, por isso a confiança no que está fazendo deve estar entrelaçada em todo o processo da comunicação de uma empresa principalmente na criação. O medo de fracassar é o maior inimigo de todos, o medo pode pôr tudo a perder em questão de segundos, neste momento deve entrar em ação a autoconfiança, esta que porém muitas vezes é confundida com arrogância quando usada em excesso. A confiança deve existir dos dois lados, tanto da parte da equipe de comunicação quanto da parte do cliente, pois quando um dos dois lados está inseguro a confiança tende a ficar abalada. Observando a história de Jesus, vemos que ele extraia o melhor das pessoas, restaurava a autoconfiança das mesmas com suas palavras amigas, compartilhando as experiências do povo.

O nono mandamento refere-se ao exagerarás, mandamento este que foca na estratégia de enfatizar um determinado ponto do produto ou serviço, Jesus também utilizou desta estratégia para chamar a atenção do povo. O exagero é um artifício para tornar-se um produto/serviço mais atraente ao consumidor.

Em fim o décimo mandamento, Persistirás. Persistir é a palavra chave para o sucesso, é o caminho para se conseguir a ideia, o caminho para se manter fiel no proposito. Quando persistimos em algo enfrentamos os adversários em nossa volta e os que existem dentro de nós mesmos. Um exemplo bem conhecido é a passagem do evangelho de Mateus 4:1-11, onde relata a tentação que Jesus passou no deserto, se Jesus não estivesse focado em sua missão, se não tivesse persistido em se manter firme em suas convicções teria fracassado na primeira tentação que satanás ofereceu, pois na hora das dificuldades a tendência humana é voltar-se para o mais fácil e cômodo.

A história de Jesus é sem dúvida, um modelo claro de campanha onde se teve todos os pontos essenciais para o sucesso da "marca Jesus". Teve seu momento teaser, aguçando a curiosidade das pessoas, o momento presente sendo seu tempo de vida que era compatível com o que os seus antecessores relatavam e o momento maior que foi a crucificação, pois quando Jesus aceita a sua condenação ele marca seu nome na história, marcou seu nome na memória de todas as pessoas que viriam depois dele. Logo se observarmos com cuidado os ensinamentos de Jesus para aplica-los na comunicação, a chance de sucesso de qualquer campanha é muito grande, conseguindo alcançar os resultados desejados e a fixação da mensagem na memória do consumidor.

Consideramos então que este livro é amplo de conhecimentos, e tem muita importância não só para os profissionais de publicidade mais também para os profissionais de comunicação, pois traz vários conceito que podem ser utilizados por ambos os profissionais. Esse livro é composto por várias dicas para o dia a dia dos profissionais e também de como escrever persuadindo o público-alvo, sendo assim este livro é de grande importância para os estudantes e profissionais de comunicação.

Em fim o décimo mandamento, Persistirás. Persistir é a palavra chave para o sucesso, é o caminho para se conseguir a ideia, o caminho para se manter fiel no proposito. Quando persistimos em algo enfrentamos os adversários em nossa volta e os que existem dentro de nós mesmos. Um exemplo bem conhecido é a passagem do evangelho de Mateus 4:1-11, onde relata a tentação que Jesus passou no deserto, se Jesus não estivesse focado em sua missão, se não tivesse persistido em se manter firme em suas convicções teria fracassado na primeira tentação que satanás ofereceu, pois na hora das dificuldades a tendência humana é voltar-se para o mais fácil e cômodo.

A história de Jesus é sem dúvida, um modelo claro de campanha onde se teve todos os pontos essenciais para o sucesso da “marca Jesus”. Teve seu momento teaser, aguçando a curiosidade das pessoas, o momento presente sendo seu tempo de vida que era compatível com o que os seus antecessores relatavam e o momento maior que foi a crucificação, pois quando Jesus aceita a sua condenação ele marca seu nome na história, marcou seu nome na memória de todas as pessoas que viriam depois dele. Logo se observarmos com cuidado os ensinamentos de Jesus para aplica-los na comunicação, a chance de sucesso de qualquer campanha é muito grande, conseguindo alcançar os resultados desejados e a fixação da mensagem na memória do consumidor.

Consideramos então que este livro é amplo de conhecimentos, e tem muita importância não só para os profissionais de publicidade mais também para os profissionais de comunicação, pois traz vários conceitos que podem ser utilizados por ambos os profissionais. Esse livro é composto por várias dicas para o dia a dia dos profissionais e também de como escrever persuadindo o público-alvo, sendo assim este livro é de grande importância para os estudantes e profissionais de comunicação.