



7º CONGRESSO BRASILEIRO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

07 a 09 de setembro de 2016



Dia Mundial da Água

AUTORES: Arthur Batista Ruiz (Autor), Vitória Filiú Nunes de Souza (Colaborador), Elton Tamiozzo de Oliveira (Orientador)

PALAVRAS-CHAVE: Dia Mundial da Água, Mobilização Social, Publicidade e Propaganda

RESUMO:

Uma das maneiras da Publicidade e Propaganda interferir na realidade social é oferecer estímulos que visem a mobilização das pessoas por uma determinada causa. O objetivo do trabalho foi criar peças, em razão do Dia Mundial da Água e da escassez ocorrida no nos últimos anos no Brasil, que estimulassem o uso racional de água. Foram feitas pesquisas para saber quais as maneiras que um cidadão comum pode economizar água e, após as pesquisas, um brainstorm onde foram selecionadas três atitudes fáceis e cotidianas, buscando a adoção como hábito e que não exigiam investimento monetário das pessoas. A maneira de estimular a adoção foi mostrar que, com estas pequenas mudanças, a recompensa seria mensurável, em reais, que poderiam ser utilizados de outra forma. Para o cálculo da economia anual foi considerada a média de 3,51 pessoas por domicílio em Campo Grande, MS (dados do IBGE) e o valor por m³ de R\$ 7,53 (tarifa residencial na faixa de consumo de 16 a 20m³), chegando a um resultado de aproximadamente R\$ 1.500,00 de economia por família. A linguagem visual escolhida foi a infografia, que é leve, jovial, e permite transmitir grande quantidade de informação em espaços pequenos. As peças criadas quantificavam o que era possível comprar com o dinheiro economizado, como smartphones, ingressos no cinema, livros, e até passar o carnaval em Fortaleza - objetos que são desejados por jovens, já que a peça foi publicada originalmente na rede social Facebook da Agência Experimental Mais Comunicação, e teve um alcance de 2.281 pessoas.

Instituição de Ensino: Universidade Católica Dom Bosco

ISBN: 978-85-93416-00-2

