

AÇÃO PLOGGING PARA O DIA MUNDIAL DA LIMPEZA

Julia Victoria Oliveira Marinho, Alice Vitória da Silva de Oliveira, Júlia Soares Mônico, Claudia Mara Stapani Ruas, Gabriel Ferraciolli Soares.

Universidade Católica Dom Bosco - Seminário, Avenida Tamandaré, 6000, 79117-900 - Campo Grande-MS, Brasil, ra196885@ucdb.br, ra197785@ucdb.br, ra197878@ucdb.br, claudia@ucdb.br, rf3248@ucdb.br.

Resumo

O artigo aborda a relevância da Publicidade e Propaganda e sua responsabilidade social na educação da comunidade sobre práticas sustentáveis de gestão de resíduos, com ênfase no Dia Mundial da Limpeza. Neste artigo a metodologia utilizada foi a revisão de literatura para embasar o planejamento e criação das peças publicitárias, desenvolvidas pelos extensionistas da Agência Experimental Mais Comunicação, espaço pedagógico do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Católica Dom Bosco (UCDB), em parceria com o Instituto Limpa Brasil. O evento ocorreu no Centro de Educação Ambiental (CEA) Odilza Fernandes Bittar, no bairro Imbirussu, com peças visuais e mensagens que ressaltaram a importância do descarte adequado de resíduos de maneira leve e divertida. A conclusão destaca a importância do compromisso dos profissionais de comunicação com a responsabilidade social e ambiental, visando conscientizar e promover práticas de preservação ambiental por meio do correto descarte de resíduos.

Palavras-chave: Comunicação. Publicidade e Propaganda. Conscientização Ambiental. *Plogging*

Área do Conhecimento: Ciências Sociais Aplicadas. Comunicação.

Introdução

Em 16 de setembro de 2023, o Dia Mundial da Limpeza serviu como palco para uma iniciativa inovadora em Campo Grande, capital do estado de Mato Grosso do Sul. A Agência Experimental Mais Comunicação, do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Católica Dom Bosco (UCDB), em parceria com o Instituto Limpa Brasil, uniu a prática de exercícios físicos à preocupação com o meio ambiente, promovendo o *Plogging* no Centro de Educação Ambiental (CEA) Odilza Fernandes Bittar, no bairro Imbirussu. Essa atividade, que combina a palavra sueca *plogga* (pegar) e a palavra inglesa *jogging* (correr) significa correr e pegar lixo. Com a coleta de lixo, revelou-se uma solução criativa e eficaz para combater o descarte irregular de resíduos em áreas verdes da cidade.

A escolha do CEA Imbirussu não foi por acaso. Apesar de ser uma área protegida, o entorno do parque Horto florestal sofre com o problema do lixo, evidenciando a necessidade de ações mais contundentes para preservar a natureza. O *Plogging*, além de contribuir para a limpeza do local, demonstrou a importância da conscientização e da participação da comunidade na construção de um futuro mais sustentável.

Com a participação de oito voluntários, foram coletados cerca de 50 kg de lixo, que foram encaminhados para o Ecoponto Panamá, localizado na Av. José Barbosa Rodrigues, 196. Essa ação, além de beneficiar o meio ambiente, também gerou um impacto positivo na comunidade, promovendo a saúde e o bem-estar dos participantes e incentivando a adoção de hábitos mais sustentáveis.

O objetivo deste estudo é analisar a efetividade da campanha de *Plogging* no Dia Mundial da Limpeza em Campo Grande, tanto do ponto de vista ambiental quanto social. Através da análise das práticas adotadas, pretende-se discutir como campanhas de comunicação podem fomentar uma maior

consciência e ação comunitária em prol da sustentabilidade e preservação ambiental.

Metodologia

A metodologia empregada neste projeto iniciou-se com uma revisão da literatura sobre o tema do descarte irregular de resíduos e a importância da conscientização ambiental. A análise de diversas pesquisas e estudos permitiu identificar a necessidade de ações práticas e inovadoras para combater esse problema.

Após a fase de pesquisa, realizou-se um estudo detalhado do *briefing* (Um briefing é um documento que serve como guia para a execução de um projeto. É como um manual de instruções que reúne todas as informações relevantes sobre um trabalho a ser realizado, desde o objetivo geral até os detalhes mais específicos.), que orientou a criação de uma campanha eficaz e direcionada ao público-alvo. A partir da análise das informações contidas no *briefing*, foram definidos os objetivos da campanha, o público-alvo e as principais mensagens a serem transmitidas.

A etapa seguinte consistiu na elaboração do planejamento da campanha, que incluiu a definição das estratégias de comunicação, a criação do material visual e a escolha dos canais de divulgação. Durante o processo de criação, foi fundamental considerar a necessidade de utilizar uma linguagem clara, objetiva e criativa, capaz de conectar-se com o público e transmitir as informações de forma eficaz. Os softwares utilizados foram Photoshop e Illustrator.

Uma das principais dificuldades encontradas durante a execução do projeto foi a falta de conhecimento da comunidade sobre os temas relacionados à gestão de resíduos sólidos. Para superar esse desafio, a Agência Experimental Mais Comunicação desenvolveu uma campanha educativa abrangente, que abordou os impactos do descarte inadequado de lixo, os benefícios da reciclagem e as formas corretas de descarte dos diferentes tipos de resíduos.

A campanha utilizou uma linguagem leve e divertida, com o objetivo de tornar as informações mais acessíveis e atraentes para o público-alvo.

Resultados

A logo do evento foi projetada a partir do conceito de *plogging* que é uma prática de esporte ecológico. Aplicou-se um plano de fundo liso em branco e tons claros, médios e escuros de verde em toda a assinatura. O branco simboliza pureza, simplicidade e um novo começo, alinhado com a ideia de preservar a natureza. O verde, por sua vez, é diretamente associado à ecologia, vida e crescimento, representando a essência do *plogging*. A combinação dessas cores cria um contraste visual marcante, além de transmitir harmonia e equilíbrio, valores intrínsecos à prática do *plogging*.

Em conjunto, as cores escolhidas comunicam eficazmente a mensagem do evento, evocam emoções positivas e contribuem para a criação de uma identidade visual forte e memorável. A logo criada tem uma forma que, através da semiótica, usando a teoria de Gestalt utiliza espaços negativos que contribuem para a formação dessas formas e para a percepção de um todo coerente, visualiza-se o solado de um tênis de corrida.

As tipografias utilizadas foram: foram selecionadas cuidadosamente para complementar a forma do solado do tênis e comunicar os valores do evento. A Flowers Kingdom evoca natureza e movimento, a Heatrix Regular representa energia e dinamismo, enquanto a Chau Philomene One Italic confere elegância e destaque ao local. Essa combinação estratégica de tipografias contribui para a criação de uma logo memorável e eficaz.

Figura 1 – logo do evento



Fonte: elaboração nossa

Os folhetos criados para comunidade em torno do CEA - Imbirussu visaram conscientizar e ensinar como fazer o descarte correto dos resíduos. Seguindo a linha criativa, foram colocados elementos que contribuiriam para que a mensagem fosse transmitida de forma mais leve e divertida.

A utilização de cores fortes e vibrantes como o azul, rosa e amarelo remetem à logomarca oficial do evento mundial. As tipografias escolhidas são divertidas e contrastam entre si.

Figura 2 – Folheto (frente e verso)



Fonte: elaboração nossa

Figura 3 - Foto no local



Fonte: elaboração nossa

Discussão

Na publicidade, para uma composição visual mais clara e precisa utiliza - se elementos visuais como: Linhas, formas, cores, ponto, textura, entre outros (Samara, 2007). A partir disso, o *design* do evento buscou seguir uma linha criativa mais alegre, fluído de cores fortes e tipografia marcante.

Em primeiro lugar, numa criação publicitária o mais importante é encontrar o conceito. Aquilo que fundamenta a ideia de que se quer transmitir. Daí, é só transformar este conceito em imagem, pois, mais do que simplesmente ilustrar um anúncio, a imagem tem que complementar o anúncio, ela é a ponte da mensagem e precisa ter significado, não é um elemento meramente ilustrativo. (Martins, 1999, p.168).

A prática do Plogging, além de ser um exercício físico saudável, está diretamente alinhada com os valores de responsabilidade social e ambiental. Esses valores envolvem o comprometimento com a melhoria contínua da qualidade de vida das comunidades, tanto locais quanto globais, ao reduzir os impactos ambientais por meio da coleta de resíduos. No contexto da publicidade, é essencial que as campanhas transmitam esses valores de forma clara, demonstrando como pequenas ações individuais podem gerar grandes mudanças coletivas. A integração de valores sustentáveis em campanhas de comunicação amplia o alcance das mensagens e cria um senso de pertencimento e engajamento na população, que começa a se ver como parte da solução para problemas ambientais.

A sustentabilidade, tema central deste evento, não é apenas uma questão de reciclagem e coleta de resíduos, mas envolve uma mudança de mentalidade em relação à forma como a sociedade

consome e descarta seus recursos. A ação de Plogging exemplifica esse conceito ao unir a prática esportiva à conscientização ambiental, demonstrando que hábitos cotidianos podem ser ressignificados para promover um impacto positivo no meio ambiente. Ao engajar a comunidade em uma prática sustentável como o Plogging, a campanha não só promoveu a limpeza local, mas também incentivou a adoção de atitudes mais conscientes no dia a dia dos participantes. Dessa forma, a sustentabilidade foi reforçada como um princípio norteador das ações, garantindo que a mensagem de preservação ambiental fosse internalizada pelos envolvidos.

Conclusão

O evento de *Plogging* no CEA Imbirussu foi um marco para todos os envolvidos da Agência Mais Comunicação, pois comprovou o poder da propaganda, bem como destacou o compromisso com a responsabilidade social e ambiental.

A ação de limpeza e conscientização reforçou seus valores éticos e sustentáveis, inspirando colaboradores e parceiros a adotarem práticas mais conscientes que reverterem em benefícios para nosso planeta. Além dos impactos imediatos com a coleta de resíduos, o evento deixou um legado de engajamento comunitário sobre a importância da educação ambiental, consolidando o trabalho criativo da Agência Mais como agente de transformação positiva.

Em uma demonstração de compromisso com o meio ambiente, professores, alunos e funcionários do parque se uniram em uma jornada de *plogging* pelas redondezas. Equipados com luvas e sacos de lixo, os voluntários percorreram os caminhos, recolhendo cerca de 50 kg de detritos descartados irregularmente. A ação, além de promover a limpeza do entorno, contribuiu para a conscientização sobre a importância da destinação correta dos resíduos. Todo o material coletado foi encaminhado para o Ecoponto Panamá, um dos principais pontos de reciclagem da cidade. A iniciativa, que combinou exercício físico com a preservação ambiental, revelou-se um sucesso, mobilizando a comunidade e deixando um legado positivo para o parque e seus arredores.

Referências

GÜNTHER, Wanda Maria Risso. **Resíduos Sólidos No Contexto Da Saúde Ambiental**. 2008. 148 F. Tese (Doutorado) - Curso De Gestão Ambiental, Saúde Ambiental, Universidade De São Paulo, São Paulo, 2008.

MARTINS, Zeca. **Propaganda É Isso Aí: Um Guia Para Novos Anunciantes e Futuros Publicitários**. São Paulo: Futura, 1999

SAMARA, Beatriz Santos; De Barros, José Carlos. **Pesquisa De Marketing: Conceitos E Metodologia**. Pearson Prentice Hall, 2007.

SILVA, Anderson Lauxen Da. **Conexão Esporte E Sustentabilidade: Plogging Como Ferramenta De Gestão Ambiental**. 2022. 30 F. Tcc (Graduação) - Curso De Gestão Ambiental, Universidade Estadual Do Rio Grande Do Sul Unidade Hortênsias, São Francisco De Paula, 2022.