



## SACOLAS INTELIGENTES<sup>1</sup>

Ana Paula PADOVA<sup>2</sup>

Débora Cristiana DETÓFENO<sup>3</sup>

Leila Regina MADELLA<sup>4</sup>

Pamela Pereira dos SANTOS<sup>5</sup>

Paulo Ricardo dos Santos<sup>6</sup>

Universidade do Oeste de Santa Catarina, Joaçaba, SC

### RESUMO

A campanha Sacolas Inteligentes é um projeto social desenvolvido por acadêmicas do Curso de Comunicação Social da Unoesc *Campus* Joaçaba, sob a disciplina de Agência Experimental. Com o conceito “Evolução na sua mão”, as peças foram desenvolvidas baseadas no poder de simples atitudes que podem fazer a diferença. O foco da campanha, portanto, é fazer com que as pessoas vejam o uso das sacolas como uma atitude responsável, evolutiva e diária.

**PALAVRAS-CHAVE:** Sacolas; Conscientização; Retornável.

### INTRODUÇÃO

A campanha Sacolas Inteligentes é um projeto social desenvolvido pela Unoesc *Campus* Joaçaba e Assessoria de Meio Ambiente da Prefeitura de Joaçaba, a fim de conscientizar a população, por meio das crianças, sobre o uso das sacolas plásticas. Tendo como base, a grande influência que as crianças exercem sobre os pais, todo material de comunicação foi produzido com formas, cores, tipia e elementos caricatos para que as elas fossem atingidas diretamente. Os ensinamentos adquiridos na infância servem para toda a vida. Sendo assim, é de suma importância que as crianças cresçam entendendo a necessidade de preservar o meio ambiente e da mesma forma estimulem os pais a consumir de maneira consciente. Através do macaco – mascote da campanha – o conceito de

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria III – Publicidade e Propaganda, modalidade Campanha Promocional (conjunto/série).

<sup>2</sup> Aluna líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda, email: aninhaaa\_15@yahoo.com.br.

<sup>3</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda, email: debora\_detofeno@yahoo.com.br.

<sup>4</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda, email: leilareginamadella@yahoo.com.br.

<sup>5</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda, email: priscilaepamela@hotmail.com.

<sup>6</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social habilitação em Publicidade e Propaganda, email: paulo.santos@unoesc.edu.br.



evolução foi repassado. E é preciso apenas que as pessoas mudem seus hábitos, ou seja, evoluam para que a natureza seja preservada.

## **2 OBJETIVO**

Visa à conscientização da população de Joaçaba e região, com relação aos benefícios das sacolas retornáveis, fazendo um alerta dos cuidados e das melhorias que devem ser feitas nos hábitos diários, para os impactos serem menores, e as pessoas tenham consciência dos danos que a natureza vem sofrendo.

## **3 JUSTIFICATIVA**

A maioria dos consumidores não se preocupa com a natureza, utiliza sacolas plásticas e não percebe o quanto estão poluindo, já que as mesmas são despejadas nos rios. O fator preço se torna uma grande desvantagem para as sacolas retornáveis, mas a maior desvantagem não diz respeito ao valor e sim aos costumes. As pessoas estão acostumadas a utilizar sacolas plásticas, elas são oferecidas automaticamente após as compras nos supermercados, lojas de roupas, lojas de sapatos, farmácias, por fim elas são usadas como lixo, fazendo com que as pessoas não gastem com sacos de lixos.

Mas as sacolas retornáveis têm sim um espaço a ser conquistado, são muitas as campanhas a favor, porém as pessoas ainda não estão cientes da diferença que isso pode causar, da contribuição ao ecossistema. O ideal é causar impacto e fazer a população usar o intelecto para perceber o que realmente deve ser feito.

## **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Depois de termos em mãos, briefing e planejamento de comunicação, a segunda etapa do projeto foi à construção da logomarca.



Figura 1: Logomarca “Sacolas Inteligentes”  
Fonte: Détofenó; Madella; Padova e Santos (2009)

Para a construção da logomarca foram utilizadas as cores verde, laranja, marrom e bege. Todas remetendo ao ambiente natural. O laranja é uma cor terciária (produzida pelo vermelho e amarelo) que libera energia e criatividade. O verde tem uma forte afinidade com a natureza, afinal é considerada como a cor da luta pelos movimentos mundiais de proteção ao meio ambiente. É uma cor-luz primária e uma cor-pigmento secundária, que traz harmonia, crescimento e fertilidade. O bege e o marrom simbolizam a estabilidade, e também a fertilidade, são as cores da Mãe Terra.

Na logomarca, também foram usados elementos como o macaco e as folhas. Ambos para representar a natureza. O macaco foi usado de forma caricata, para encantar o público-alvo da campanha, as crianças. Como tipia, temos uma fonte de impacto para fixar o nome do projeto e outra com formas arredondadas, para que houvesse um equilíbrio. Para NELSON e LEWIS (2001, p.119) “o sofisticado casamento da mensagem com o público alvo é a chave do relacionamento com o público alvo [...]”. Com este pensamento, o slogan foi criado remetendo ao ato de levar a sacola e ajudar o meio ambiente. Uma ação simples, no entanto, de grande valia. A evolução está nas mãos do homem, é adaptando pequenos hábitos para a vida cotidiana, que se faz a diferença.

Para a campanha promocional foram desenvolvidos alguns materiais de comunicação:

#### **4.1. Flyers**

Foram feitos para uma distribuição massiva. Buscamos trabalhar com flyers com formato 10x21cm, com informações para conscientização do uso das sacolas e sobre a promoção. Usamos fundos de estopa e madeira, como estereótipos da natureza. Os mesmos servem de apoio a apresentação da campanha nos pontos de venda estabelecidos.



Figura 2: Flyer “Sacolas Inteligentes”  
Fonte: Détofoeno; Madella; Padova e Santos (2009)

#### 4.2. Adesivos para *Displays*

Ter um bom conceito, várias empresas aderindo a campanha e muita propaganda não é suficiente para conscientizar as pessoas se o "ponto-de-venda" não for chamativo e atraente. As crianças são as que mais são atraídas por este tipo de meio. Desta forma, os adesivos para displays são ferramentas ideais para o alcance de nosso objetivo de comunicação.



Figura 3: Adesivos para Display “Sacolas Inteligentes”  
Fonte: Détofoeno; Madella; Padova e Santos (2009)

### 4.3. Cartilhas Educativas

As cartilhas educativas foram criadas a fim de atingir nosso público alvo, as crianças. Elas são multiplicadoras de informação e a idéia é que elas levem a idéia para casa e estimulem os pais a mudarem seus hábitos. Portanto, a cartilha desenvolvida contém exercícios de fácil resolução, para crianças que estão entre a 1ª e 4ª série do Ensino Fundamental. O material será distribuído para escolas da Rede Pública e Privada do município de Joaçaba.

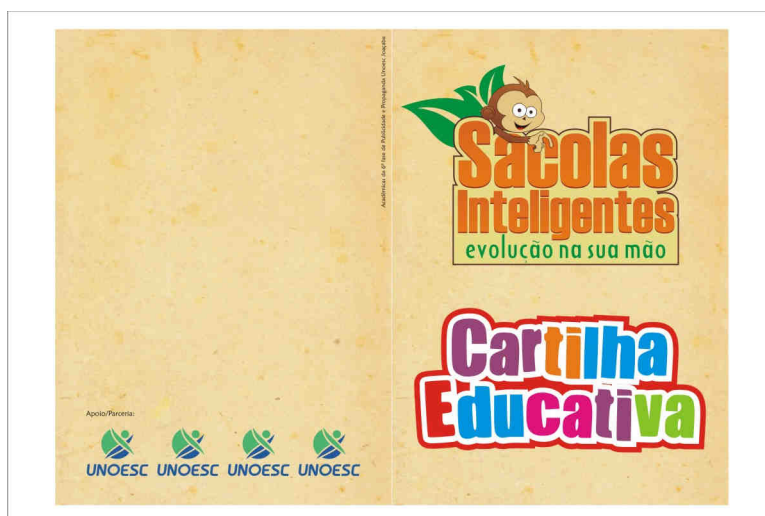


Figura 4: Cartilha Educativa “Sacolas Inteligentes”  
Fonte: Détofero; Madella; Padova e Santos (2009)

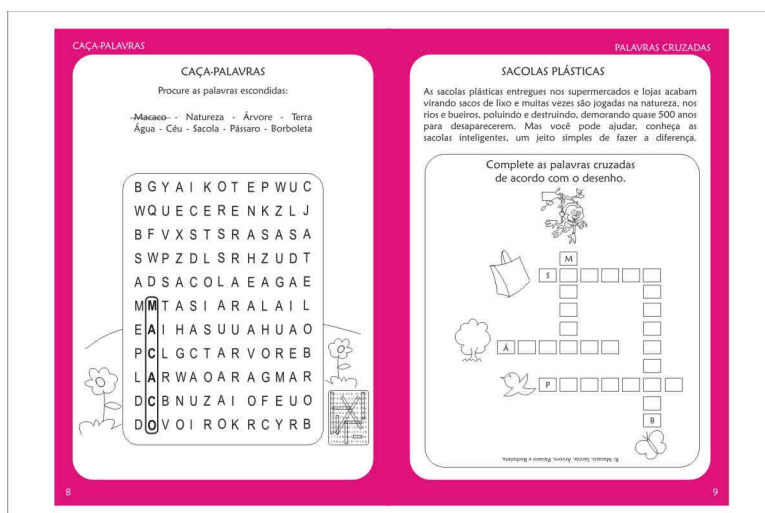


Figura 5: Cartilha Educativa “Sacolas Inteligentes”  
Fonte: Détofero; Madella; Padova e Santos (2009)

#### 4.4. Camisetas

Vestir as pessoas que estão envolvidas na campanha com uma camiseta personalizada demonstra organização e além do mais, divulga a campanha de forma indireta. As camisetas serão confeccionadas com malha ecológica, para reduzir o impacto na natureza.



Figura 6: Camisetas “Sacolas Inteligentes”  
Fonte: Détofenno; Madella; Padova e Santos (2009)

#### 4.5. Sacolas Retornáveis

Peça de fundamental importância para a campanha, as sacolas foram produzidas pensando em levar mais conforto ao usuário, possibilitando que os mesmos se adaptem mais facilmente ao uso das sacolas. Seguimos o modelo caixa, no tamanho 40x40cm, as alças possuem acabamentos reforçados, criando mais resistência à peça. As sacolas serão confeccionadas em malha ecológica ou algodão cru e terão a logomarca do projeto estampada. A aplicação de logomarcas como a da Prefeitura de Joaçaba e das empresas parceiras será definida após apresentação da campanha para entidades como CDL e Sindilojas.



Figura 7: Sacola “Sacolas Inteligentes”  
Fonte: Détofenó; Madella; Padova e Santos (2009)

#### 4.6. Jingle

Segundo informações da Associação Catarinense de Rádio e Televisão (2009), as pessoas passam mais tempo ouvindo rádio. O rádio é o único veículo que atinge o consumidor em qualquer lugar, está em 99% das casas e em 83% dos carros em Santa Catarina. O *jingle* é uma ferramenta de suma importância para a fixação da campanha, portanto, o mesmo tem duração de 30 segundos e será veiculado em todas as emissoras de rádio da região de Joaçaba e Herval D’Oeste. “O baixo custo de produção e o forte poder de memorização fazem com que os jingles sejam uma das peças mais cortejadas da campanha” (Tavares et al., 2006, p.07).

Eu não sei se você já sabe,  
Que as sacolas plásticas,  
Não são recicláveis.  
E ficam quase quinhentos anos,  
Poluindo a natureza.

Por isso, pare, pense, evolua.  
No mercado, na farmácia, em qualquer lugar da rua.  
Vamos conscientizar, preservar, evoluir e fazer a natureza voltar a sorrir.  
Entre na moda, use essa sacola.



Sacolas Inteligentes, evolução na sua mão.

Realização: Prefeitura de Joaçaba.

Uma campanha: Cursos de Comunicação da Unoesc Joaçaba.

#### **4.7. VT**

A presença marcante no dia-a-dia das pessoas é um dos fatores determinantes da imensa eficiência da TV na divulgação das mensagens publicitárias. Frente à TV, o consumidor tem maior predisposição para assimilar as mensagens; leva o consumidor à ação imediata; tem maior velocidade na cobertura; a TV tem maior flexibilidade de segmentação; alia som, imagem e movimento, conferindo emoções às mensagens publicitárias. Com duração de 30 segundos, o VT traz imagens reais de rios das cidades de Joaçaba e Herval D'Oeste. É importante que as pessoas enxerguem a realidade regional e percebam a necessidade de preservar o meio ambiente

##### **4.7.1. *Storyline***

Máquinas robóticas executam com agilidade a soldagem em uma peça de ferro. Uma cientista aparecerá mexendo em análises, mostrando como a ciência avançou a ponto de salvar vidas. Um pequeno riacho com sacolas plásticas flutuando. O mesmo homem que realiza é o mesmo que destrói.

##### **4.7.2. Roteiro Americano**

###### **1. FUNDO ESTOPA**

Loc. A evolução está nas mãos do homem.

###### **2. INT. INDÚSTRIA METAL MECÂNICA – DIA**

Uma máquina robótica trabalha com grande agilidade, soldando grandes barras de ferro.

Trilha: ambiente

Loc. Máquinas substituem o trabalho humano.

###### **3. INT. LABORATÓRIO - DIA**

Uma mulher de jaleco branco sentada em uma sala rodeada de equipamentos científicos, e analisa partículas vermelhas. Retira algumas amostras e compara a outras. Demonstra estar descobrindo algo importantíssimo para a ciência.

Trilha: ambiente

Loc.: Cientistas fazem descobertas que salvam vidas.

###### **4. EXT – MATA – DIA**

Sacolas plásticas, que aparentam estar há muito tempo jogadas, flutuam em pequenos riachos e bueiros.

Trilha: Ambiente.





Loc.: Mas o homem que realiza é o mesmo que destrói.

Sacolas plásticas demoram 450 anos para desaparecer no meio ambiente.

#### 5. FUNDO ESTOPA

Assinatura da Campanha.

Loc. Seja Consciente.

Sacolas inteligentes. Evolução, na sua mão.

#### 6. LOGOMARCAS FINAIS

Entra no vídeo logomarca dos Cursos de Comunicação Social da Unoesc e RBS TV Centro-Oeste.

Loc.: Uma campanha: Cursos de Comunicação Social da Unoesc Joaçaba.

Apoio: RBS TV Centro-Oeste

### 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A campanha Sacolas Inteligentes – Evolução na sua mão abrangerá a região de Joaçaba, Herval D'Oeste e Luzerna, na região Meio Oeste de Santa Catarina onde se encontra um foco de poluição muito grande. A população visada consome diariamente um número imensurável de sacolas plásticas, e tem grande dificuldade em trocá-las por sacolas retornáveis. Porém apostamos na conscientização das crianças, elas aprendem logo cedo e levam estes ensinamentos para o resto da vida, além do que são elas que influenciam seus pais a cuidarem do meio ambiente também. A campanha baseia-se em uma estratégia de comunicação Indiferenciada, pois busca conscientizar as pessoas para fixar em suas mentes as informações repassadas sobre a situação do meio ambiente e o dever de cada cidadão. Para poder atingir o público-alvo, foram definidas táticas de comunicação, que resultam em uma campanha promocional “*Sacolas inteligentes – Evolução na sua mão*” funcionará da seguinte maneira: Qualquer pessoa poderá participar desde que arrecade 10 itens de produtos recicláveis e vá até os pontos de troca (supermercados, praça, livrarias), toda pessoa que estiver dentro deste requisito ganhará uma bolsa personalizada retornável.

- Promoção dos supermercados: A cada consumidor que utilizar sacolas inteligentes em suas compras ganharão vales que acumulam pontos, quando acumulado cinco vales o supermercado parceiro dará descontos que caberá a ele estipular.
- Promoção nas livrarias: No mês de fevereiro o consumo aumenta devido às compras de materiais escolares, portanto se o consumidor utilizar sacolas retornáveis em suas compras à livraria parceira dará descontos que caberá a ela estipular.



- Palestras ministradas pela Assessoria do Meio Ambiente em todas as escolas de Joaçaba, contarão com cartilhas educativas que incentivarão os alunos a participarem da promoção e induzirão seus pais a participarem também.

Todas estas ações serão apresentadas para entidades como Câmara de Dirigentes Lojistas de Joaçaba (CDL) e o Sindicato do Comércio Varejista de Joaçaba (Sindilojas) em um evento formal. Posteriormente, com o apoio destas, executaremos a campanha.

## 6 CONSIDERAÇÕES

Com a campanha visamos que a população se conscientize e encare as sacolas retornáveis como hábito. É fato que haverá uma resistência natural ao uso das mesmas, já que as sacolas plásticas são produzidas e distribuídas gratuitamente pelo comércio, desde a década de 50. Portanto, o foco da campanha é fazer com que as pessoas vejam o uso das sacolas como uma atitude responsável, evolutiva e diária. É que os consumidores identifiquem os parceiros da campanha, como empresas sérias, que estão realmente preocupadas com o meio ambiente. Incentivar o cliente a enxergar o uso das sacolas retornáveis, como uma atitude simples, um hábito, mas com valor inestimável para a preservação do planeta.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACAERT. **Central Acaert de Rádio:** Por que anunciar no meio rádio?. Florianópolis, [2008]. Disponível em <<http://www.acaert.com.br/centralderadio.htm>> Acesso em 09 abr. 2010.

NELSON, Carol e LEWIS, Herschell Gordon. **Advertising Age - Manual de Publicidade;** tradução de Cláudia Azevedo. São Paulo: Nobel, 2001.

TAVARES, Solange et al. A Importância dos *Jingles* em *cases* de sucesso. In: XXIX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2006, Brasília.

**Resumos..** Disponível em

<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1491-1.pdf>> Acesso em 09 abr. 2010.