

## ACÇÃO PLOGGING PARA O DIA MUNDIAL DA LIMPEZA

**Área temática: comunicação**

**Autores (as):** Julia Victoria Oliveira Marinho<sup>1</sup>, Claudia Mara Stapani Ruas<sup>2</sup>, Eduarda Dutra de Oliveira<sup>3</sup>, Elton Tamiozzo de Oliveira<sup>4</sup>, Fernanda Lara de Souza Tejada<sup>5</sup>, Gabriel Martin Céspedes<sup>6</sup>, Geovana Ferreira Guimaraes<sup>7</sup>, Thiago Rodrigues de Oliveira<sup>8</sup>

**Coordenador (a):** Gabriel Ferraciolli Soares<sup>9</sup>

**RESUMO:** O artigo aborda a relevância da publicidade 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 em parceria com o Instituto Limpa Brasil. O evento ocorreu no Centro de Educação Ambiental Odilza Fernandes Bittar (CEA) 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. Conscientização Ambiental. *Plogging*

---

<sup>1</sup> Aluna do curso de Publicidade e Propaganda, Universidade Católica Dom Bosco, [ra196885@ucdb.br](mailto:ra196885@ucdb.br)

<sup>2</sup> Professora do Curso de Publicidade e Propaganda, Universidade Católica Dom Bosco, [claudia@ucdb.br](mailto:claudia@ucdb.br)

<sup>3</sup> Aluna do curso de Publicidade e Propaganda, Universidade Católica Dom Bosco, [ra189507@ucdb.br](mailto:ra189507@ucdb.br)

<sup>4</sup> Prof. Me. Elton Tamiozzo. Supervisor da Agência e coordenador dos cursos de Design e Publicidade e Propaganda. [eltontamiozzo@msn.com](mailto:eltontamiozzo@msn.com)

<sup>5</sup> Aluna do curso de Design, Universidade Católica Dom Bosco, [ra192784@ucdb.br](mailto:ra192784@ucdb.br)

<sup>6</sup> Prof. Gabriel Martin Céspedes. Supervisor da Agência e professor dos cursos de Publicidade e Propaganda, Jornalismo e Design. [rf1750@ucdb.br](mailto:rf1750@ucdb.br)

<sup>7</sup> Aluna do curso de Publicidade e Propaganda, Universidade Católica Dom Bosco, [ra192817@ucdb.br](mailto:ra192817@ucdb.br)

<sup>8</sup> Aluno do curso de Publicidade e Propaganda, Universidade Católica Dom Bosco, [ra192824@ucdb.br](mailto:ra192824@ucdb.br)

<sup>9</sup> Prof. Me. Gabriel Ferraciolli Soares. Coordenador da Agência Experimental Mais Comunicação. [gabriel.ferraciolli@ucdb.br](mailto:gabriel.ferraciolli@ucdb.br)

## 1 INTRODUÇÃO

Em 16 de setembro de 2023, o Dia Mundial da Limpeza foi celebrado globalmente para conscientizar sobre a preservação ambiental e a responsabilidade social no descarte de resíduos. Em Campo Grande, a Agência Mais Comunicação da Universidade Católica Dom Bosco, em colaboração com o Instituto Limpa Brasil, organizou o *Plogging*<sup>10</sup> no CEA Imbirussu, combinando atividade física com a limpeza do meio ambiente.(Günther, 2008).

Em Campo Grande, a área do CEA, que foi previamente analisada, apesar de ser protegida, pois fica dentro do parque e ter sua manutenção sob a responsabilidade da prefeitura, seu o entorno se tornou alvo de descarte irregular, gerando transtornos para os moradores e um impacto negativo no meio ambiente.

O evento de *Plogging* no CEA Imbirussu contou com a participação de oito extensionistas, professores e funcionários do parque, resultando na coleta de cerca de 50 kg de lixo descartado incorretamente. Todo o material foi encaminhado para o Eco Ponto Panamá, um ponto de reciclagem gratuito da cidade, assegurando o destino adequado e a valorização dos resíduos. Além da limpeza, a ação foi uma oportunidade para conscientizar a comunidade sobre a importância da preservação ambiental, promover atividades físicas ao ar livre de forma saudável e leve, e estimular a participação social em ações benéficas para todos, especialmente para o meio ambiente.

## 2 METODOLOGIA

O procedimento metodológico adotado foi a revisão na literatura que envolve o tema. Depois de analisar várias referências sobre o tema e como as pessoas estão cansadas de precisar desviar ou tropeçar em lixos em seu trajeto, iniciou-se o próximo passo para desenvolvimento do evento, Este passo é o estudo do *briefing*,

---

<sup>10</sup> Plogging é uma combinação da palavra sueca *plogga* (pegar) e da palavra inglesa *jogging* (correr) e significa correr e pegar lixo.

documento publicitário onde constam todas as informações relacionadas à apresentação do projeto, público alvo e objetivo.

Depois partiu-se para a execução do planejamento e posteriormente a criação das peças. O grande problema que foi detectado nesse *job* foi a falta de informação da comunidade sobre o descarte adequado de resíduos, reciclagem e gestão de resíduos sólidos. Diante dessa lacuna, a Agência Mais Comunicação concentrou seus esforços na criação de uma campanha abrangente e educativa de conscientização. A campanha incluiu informações sobre os impactos do descarte inadequado de lixo, destacando os benefícios da reciclagem e fornecendo orientações para o correto descarte de resíduos de forma leve e criativa.

### **3 RESULTADOS E 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, fluindo 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 logomarca 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. A logo criada tem uma forma que, através da semiótica, visualiza-se o solado de um tênis de corrida. As tipografias

utilizadas foram: Flowers Kingdom para o texto “plogging”, Heatrix Regular para “caminhada ecológica” e Chau Philomene One Italic para “ Campo Grande - MS”.

Figura 1 - logotipo do evento



Fonte: Arquivo próprio

Os folhetos criados para comunidade em torno do CEA - Imbirussu visou conscientizar e ensinar como fazer o descarte correto dos resíduos. Seguindo a linha criativa, foram colocados elementos que contribuíram 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: Arquivo próprio

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

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 revertem 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.

#### 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.