

Prêmio Universitário Aberje 12ª edição

Desafio Sabesp - Como engajar e mobilizar a população no projeto de despoluição do Rio Pinheiros?

**Beatriz de Melo Freitas
Giovanna Macedo Vieira
Giulia Bertassoli dos Santos**

Outubro/2019

SUMÁRIO

01. INTRODUÇÃO.....	3
02. O DESAFIO.....	4
03. OBJETIVO DA CAMPANHA.....	4
04. PÚBLICOS.....	5
05. CURVA DE ENGAJAMENTO.....	5
06. VOCÊ SABIA?.....	6
07. MAPA RIO PINHEIROS.....	7
08. MEU PINHEIROS.....	8
09. PAROU NO RIO.....	9
10. TERMÔMETRO.....	10
11. ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO.....	11
12. CRONOGRAMA DE AÇÕES E AVALIAÇÃO.....	11
13. AGRADECIMENTO.....	12

1. Introdução

Fomos incentivadas a participar do Prêmio Universitário Aberje pelo grupo vencedor da 9ª Edição - 2018. Gustavo e Rafaela também cursam Relações Públicas na Universidade Anhembi Morumbi campus Vila Olímpia onde conseguiram entrar nas salas de aula dos outros semestres para contar aos alunos como foi a experiência.

Nós já trabalhamos juntas todos os semestres pois somos da mesma agência fictícia para realizar planejamentos dentro do que o curso propõe. Por isso, foi mais fácil alinhar as ideias e colocar na apresentação tudo que já estudamos e pensamos para o desafio.

Foram dois dias intensos de dedicação. Dia 07/Outubro aconteceu a primeira etapa que consistiu em três partes:

- Cerimônia de abertura e apresentação do desafio a ser solucionado pelos grupos;
- Sessão de maratona e criatividade para os grupos avaliados;
- Desenvolvimento da solução criativa e entrega do documento para a Comissão Organizadora.

Depois da apresentação, lançamento do desafio e design thinking, entregamos e apresentamos as nossas ideias que foram baseadas na curva do engajamento. Conseguimos apresentar para a banca em cerca de 4 minutos.



Após todas as apresentações, recebemos a notícia de que nosso grupo foi classificado para a segunda etapa.

No dia 08/Outubro, apresentamos em 20 minutos nosso planejamento e ações para a banca avaliadora na sede da Aberje. Só de ter passado para a 2ª etapa já estávamos muito felizes.

Quando soubemos do resultado de primeiro lugar,

ficamos surpresas mas extremamente orgulhosas do nosso trabalho. Foi incrível participar da competição com outros estudantes de universidades diferentes.

Com certeza fez um grande diferencial na nossa carreira estudantil e principalmente, profissional.

2. O desafio

Como engajar e mobilizar a população no projeto de despoluição do Rio Pinheiros? Esse foi o desafio da 12ª Edição do Prêmio Universitário Aberje em parceria com a Sabesp. Criamos então a campanha "Pinheiros Transparente" que com este nome, tem a intenção de passar a imagem de uma campanha com informações transparentes para a população e remeter a ideia de limpeza do rio.



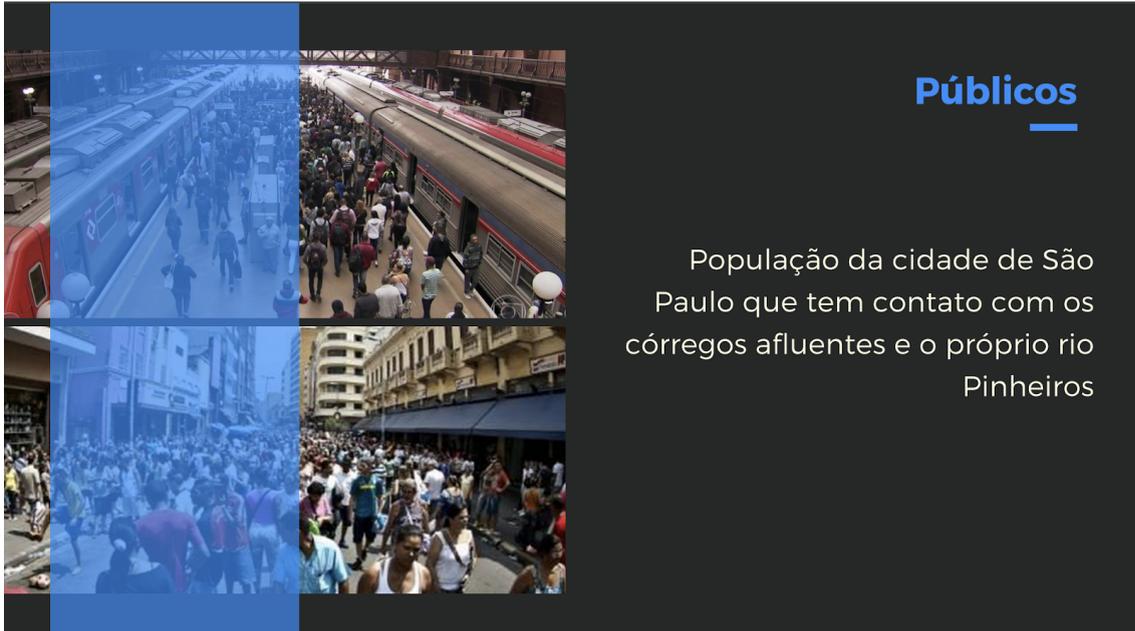
3. Objetivo da campanha

Conscientizar a população sobre a despoluição do rio Pinheiros levando informações simples para sensibilizar e engajar toda cidade de São Paulo. Nós queremos mostrar de forma compreensível e descomplicada que é possível auxiliar na despoluição com ações do cotidiano, levando conhecimento e gerando impacto na sociedade.



4. Públicos

Nossa ideia é atingir toda a população da cidade de São Paulo. Não só as que possuem contato com o Rio Pinheiros mas também as pessoas que possuem contato com os córregos afluentes do próprio rio.



5. Curva de engajamento

As ações foram pensadas com base na curva de engajamento. De início, captar o indivíduo alheio, depois levar conhecimento tornando-o informado, em seguida demonstrar ações que o conscientize, posteriormente gerar impacto onde ele fique sensibilizado e por fim, engajado.



6. Você sabia?

A primeira ação tem o intuito de levar informações da Sabesp para a população. Percebemos que a grande maioria das pessoas não têm conhecimento dos trabalhos já realizados pela Sabesp, por isso, o intuito é levar informações com frases curtas em locais de maior visibilidade como pontos de ônibus e relógios digitais por toda cidade de São Paulo. Todas começam com a pergunta "Você sabia?" para chamar a atenção do leitor. Na primeira imagem mostra o relógio digital com a informação: "Você sabia? 9 córregos que deságuam no Rio Pinheiros já foram despoluídos". Assim, passaria a informação e mostraria para a população de que o trabalho de despoluição já foi iniciado. Já na segunda imagem mostra um ponto de ônibus com a frase "Você sabia? 250 mil kg de esgoto são despejados no Rio Pinheiros todo dia". Mostrando que infelizmente existem pessoas que contribuem com a poluição, diante disso, precisamos da contribuição de todos.



7. Mapa Rio Pinheiros

Para tornar o indivíduo ainda mais informado, mapas do Rio Pinheiros seriam transformados com o mesmo design e layout dos mapas do metrô da cidade de São Paulo e, seriam colocados próximos aos mapas comum do metrô que já estão dentro de todos os vagões. O intuito é mostrar que o Rio Pinheiros não é apenas uma "linha" que cruza pela Marginal Pinheiros, mas que existem córregos que ligam às outras regiões da cidade. A ideia é mostrar para uma pessoa que por acaso joga o lixo na frente de sua casa no bairro do Capão Redondo (por exemplo), que esse lixo irá também desaguar no Rio Pinheiros. Por isso é necessário a colaboração de toda a população da cidade de São Paulo.



8. Meu Pinheiros

O objetivo desta ação é gerar um multiplicador social em combate a despoluição. Contamos com a colaboração de grandes empresas para promover pequenas ações com seus funcionários para auxiliar na despoluição do Rio Pinheiros. Com ações do cotidiano como separar o lixo comum do lixo reciclável e separar o óleo de cozinha para não despejá-lo diretamente na pia. Assim, o funcionário ensinaria sua família, que ensinaria a comunidade conquistando um maior número de pessoas mobilizadas. A empresa que colabora com essa ação, ganha o selo "Meu Pinheiros". Esse selo será um próprio marketing da empresa para os clientes, mostrando que a empresa tem responsabilidade social. Além de conseguir incentivo fiscal diminuindo a cobrança de impostos. Colocamos algumas empresas que já possuem parceria com a Sabesp na apresentação.



9. Parou no Rio

Essa ação foi criada para sensibilizar a população. Gerar um impacto e tornar as pessoas ainda mais conscientes. Máquinas de snacks serão trocadas por máquinas com lixo achado dentro do Rio Pinheiros. Sem a possibilidade de compra, apenas para dar visibilidade para a população sobre os mais diversos itens já retirados. Além disso, terão legendas em cada item com a localização em que foi jogado o determinado lixo e que mesmo assim, "parou" no Rio Pinheiros. Essas máquinas serão instaladas em shoppings, aeroportos, estações de metrô e universidades, atingindo todas as classes.



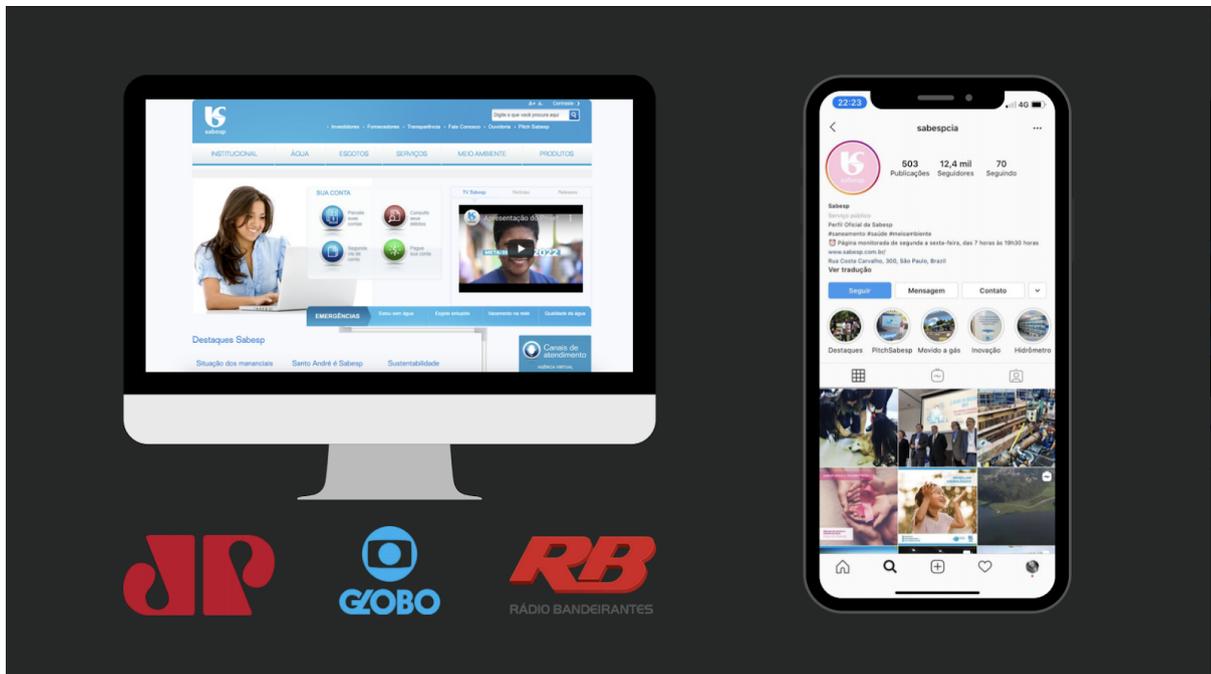
10. Termômetro

Para que toda a população da cidade de São Paulo continue engajada na despoluição do Rio Pinheiros, termômetros de led serão espalhados nos principais pontos da cidade mostrando a atual situação do nível de poluição do rio. Mostrar que a situação ainda não foi resolvida, para que não tenha desistência das pessoas ao realizar uma ou duas ações dentro de casa e depois esquecer. Assim, o termômetro trará visibilidade, consciência e engajamento para que todos se unam contra a poluição do Rio Pinheiros.



11. Estratégias da comunicação

As ações serão postadas nas redes sociais da Sabesp como Facebook, Instagram e Twitter além do próprio site onde será possível verificar maiores informações da campanha Pinheiros Transparente. As rádios que também possuem parceria como a Rádio Bandeirantes e Jovem Pan, farão comentários sobre todas as ações espalhadas pela cidade convidando a população a participar. A rede globo também fará anúncios em telejornais mostrando imagens e vídeos da campanha.



12. Cronograma de ações e avaliação

As ações "Você Sabia?", "Mapa Rio Pinheiros" e "Parou no Rio" terão a duração de 6 meses cada, sem coincidir umas com as outras. Terão então a duração de um ano e meio seguindo a curva de engajamento. Serão avaliadas conforme Google AdWords, Analytics, impacto nas redes sociais, mídia on/off e mídia espontânea. Já o selo "Meu Pinheiros" não terá prazo de duração, será contínuo e terá avaliação através da aderência das empresas ao programa e pesquisas internas para medir o engajamento dos colaboradores. O termômetro será o próprio avaliador de todas as ações pois caso não chegue no ponto de despoluição, mostra que a população não está engajada o suficiente e que é necessário tomar ações diferentes.



13. Agradecimento

Somos gratas a Universidade Anhembi Morumbi e a todos os professores que contribuíram com ensinamentos para que pudéssemos receber o prêmio de primeiro lugar. Agradecemos todo o apoio da Sabesp e da Aberje. É muito importante ver que grandes empresas investem no talento de universitários e promovem trabalhos tão importantes para os temas atuais. Ficamos extremamente felizes com o resultado.



Beatriz de Melo Freitas - bia.melo.10@hotmail.com
Giovanna Macedo Vieira - gimavieira@gmail.com
Giulia Bertassoli dos Santos - giuliabertassoli@gmail.com

São Paulo, 2019