

Folder245Imaging

Trata Brasil pela conscientização sobre saneamento básico**Meio & Mensagem / Online****Online - Cm 21,0 - R\$630,00****Campanhas****2008-08-14****Trata Brasil pela conscientização sobre saneamento básico****Meio & Mensagem - SP - Campanhas - 14/08/2008**

A campanha, criada por The Key e Full Jazz para o instituto, alerta a população para a questão e conseqüências como mortalidade infantil. A idéia é incentivar os eleitores a votarem conscientemente nas próximas eleições 14/08/2008 - 13:46  Com o intuito de mobilizar a sociedade para a

importância do saneamento no País, o **Instituto Trata Brasil** tem uma nova campanha, criada pela The Key e pela Full Jazz, do Grupo Full Jazz, que chama a atenção para a questão e suas conseqüências, além de alertar a sociedade sobre a importância de votar em candidatos comprometidos com esta causa.

As peças confrontam o número de crianças que morrem anualmente devido à falta de saneamento básico no Brasil com o número de crianças vítimas das ações de terrorismo e da Guerra do Iraque para evidenciar que a nossa realidade é tão grave quanto a destes fatos já bastante conhecidos e de grande exposição midiática. O Trata Brasil tem como objetivo mobilizar e conscientizar a população para esta questão. É preciso que a população saiba que a falta de saneamento mata, e mata muito, além de gerar doenças e prejudicar o aprendizado, entre outras conseqüências, explica Raul Pinho, diretor executivo da Trata Brasil.

João de Carvalho Pinto Santos, presidente da The Keys, ressalta que o maior desafio encontrado pela agência foi colocar publicamente esta questão de maneira impactante e eficiente. Optamos por fazer uma comparação com problemas internacionais de grande presença na mídia, porque falar de saneamento não dá voto e é um tema pouco falado na imprensa, mesmo o impacto gerado pela falta dele ocasionando mais mortes do que em uma guerra, avalia. As peças usam uma linguagem de computação gráfica, com ilustrações, como em um vídeo game. A idéia era diferenciar esta das demais campanhas para chamar a atenção do público.

Com a proximidade das eleições municipais, a campanha coloca o eleitor como co-responsável na mudança de comportamento dos governantes por meio do voto. As peças trazem a assinatura: Só o seu voto pode mudar isto. Vote em candidatos que levem o saneamento a sério. A questão do saneamento tem que ser resolvida no âmbito municipal. É responsabilidade do Prefeito prover isto à sociedade e, como temos eleições em outubro, esta ação tem o objetivo de estimular que este seja um critério de voto. Esperamos que o Governo invista para que este serviço seja universalizado, alerta Raul Pinho. O executivo aponta ainda que a importância desta ação é imensurável, considerando que mais de 100 milhões de brasileiros vivem hoje sem coleta e tratamento de esgoto.

O **Instituto Trata Brasil** - uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) - incentiva a participação da população nas decisões de planejamento em bairros e cidades e oferece consultoria para o desenvolvimento desses projetos. Atualmente a entidade conta com apoio de Amanco, Braskem, Fundação Getúlio Vargas (FGV) e Associação Brasileira de Engenharia Sanitária e Ambiental (ABES), entre outras empresas e instituições.

Toda a mídia será em caráter pró-bono e a campanha contará com o apoio das principais emissoras de TV aberta e fechada do País, bem como editoras de títulos de circulação nacional e mídia indoor. O plano de mídia engloba filme, anúncio e spot. A criação é de Julio Sciaretta e Paula Maia, com direção de Christina Carvalho Pinto e Marcelo Pino. A produtora responsável pelo filme é a Cinema Centro, com direção de cena de Paulo Gandra.