

# POR UM TRATAMENTO ADEQUADO

Agência do Grupo Full Jazz especializada em projetos, consultoria e comunicação socioambiental cria campanha impactante, pela primeira vez no país, para organização da sociedade civil de interesse público voltada à universalização do saneamento básico

No Brasil, estima-se que 100 milhões de pessoas vivam em residências sem coleta e tratamento de esgoto. Tal fato está diretamente relacionado às internações de 300 mil crianças com doenças causadas pela falta de saneamento nos hospitais de todo o país.

Para combater tal situação, com a proposta de informar e sensibilizar a população sobre a importância e o direito de acesso aos serviços públicos, mobilizando a sociedade para participar das decisões de planejamento em seus bairros e cidades, surgiu o Instituto Trata Brasil. Além disso, a entidade tem executado papel fundamental na cobrança do Poder Público para a aplicação de recursos para a universalização do saneamento, no apoio de ações de melhoria da gestão de orçamento nos âmbitos municipais, estaduais e federal, no estímulo à elaboração de projetos e no oferecimento, aos municípios, de consultoria para o desenvolvimento de iniciativas e acompanhamento da aplicação de verbas em obras.

Como forma de apoiar o instituto, a The Key, agência do Grupo Full Jazz que trabalha com projetos, consultoria e comunicação socioambiental, criou uma campanha em caráter inédito na mídia brasileira, baseada em lin-

No mundo, mais de 1.800 crianças são mortas em ataques terroristas todo ano.

No Iraque, mais de 2.300 crianças são mortas por ano, vítimas da guerra.

Aqui no Brasil, anualmente, mais de 2.500 crianças morrem por falta de coleta e tratamento de esgoto.

Só o seu voto pode mudar isso.  
Vote em candidatos que levam saneamento a sério.  
[www.tratabrasil.org.br](http://www.tratabrasil.org.br)

**Trata Brasil**  
Saneamento é saúde

DIVULGAÇÃO

guagem impactante. Nas peças - filme para TV e spot de rádio e anúncio impresso - há o comparativo do número de crianças que morrem anualmente devido à falta de saneamento básico no Brasil com o número de crianças vítimas das ações de terrorismo no mundo e da Guerra do Iraque, dois acontecimentos emblemáticos de grande repercussão no noticiário internacional. A mensagem final é clara ao evidenciar que a realidade brasileira é tão ou mais grave, embora menos conhecida e exposta. O período pré-eleitoral foi considerado importante pelos mantenedores do instituto para a veiculação da campanha na medida em que a população está mais atenta às propostas dos candidatos, sentindo-se co-responsável na mudança de comportamento dos governantes por meio do voto consciente. Por isso, as peças fecham com a assinatura "Só o seu voto pode mudar isto."

Vote em candidatos que levem o saneamento a sério."

As principais 'emissoras abertas e fechadas do país e editoras de títulos de circulação nacional e mídia indoor, dentre elas, Record, Rede TV GloboSat, Fox, TV Cultura, Record News, revistas Caras, IstoÉ e Época e Indoor-Mídia, abriram espaço gratuito para veiculação da campanha. Por meio dessa iniciativa de responsabilidade socioambiental, espera-se por uma maior mobilização dos diversos segmentos da sociedade para garantir a expansão da rede de coleta e tratamento de esgoto em todos os municípios do país.

Enquadrado como uma organização da sociedade civil de interesse público, o Trata Brasil é apoiado pelas indústrias Amanco, Braskem, Solvay Indupa e Tigre, além da Fundação Getúlio Vargas (FGV), da Pastoral da Criança e das associações brasileiras de Engenharia Sanitária e Ambiental (Abes), de Municípios (ABM), das Concessionárias Privadas de Serviços Públicos de Água e Esgoto (Abcon) e da Associação das Empresas de Saneamento Básico Estaduais (Aesbe). Personalidades como Zilda Arns Newmann, fundadora da Pastoral da Criança, os atletas Giovane Gávio e Daiane dos Santos e os atores Wagner Moura e Giovanna Antonelli também colaboram com a causa do instituto.

