

A publicidade age como um incentivo ao consumo em diversas esferas do cotidiano, na medida em que se dirige aos mais variados públicos através de muitos formatos e meios. Neste cenário, o objetivo do Projeto Publicidade e Consumo no Cotidiano é difundir conhecimento sobre a publicidade e o consumo para a comunidade, tendo temas e públicos-alvo específicos em cada ação. As iniciativas são baseadas em materiais impressos e eventos, sendo a metodologia, exploratória e qualitativa, fundamentada nas seguintes etapas de pesquisa-ação: identificação das demandas de informação; aproximação e exploração do conteúdo indicado pelas demandas de informação do público; desenvolvimento dos materiais gráficos de comunicação direcionados ao público (direção de arte, redação e produção gráfica); pré-teste do material gráfico; viabilização da impressão; realização da evento de lançamento dos materiais junto ao público; e avaliação da eficiência comunicativa da estratégia. As ações realizadas ao longo de 2010 e 2011 tiveram como resultados a discussão da publicidade e do consumo de temas variados, atingindo diferentes públicos: 1) Publicidade e consumidor x 400 alunos e professores das faculdades de Comunicação; 2) Publicidade e consumo de medicamentos x 200 jovens de 15-17 anos estudantes da escola pública I.E.General Flores da Cunha; 3) Publicidade e consumo de medicamentos x 65 idosos participantes do grupo da terceira idade “Alegria de Viver”/ Jardim Itu; e 4) Publicidade e consumo de alimentos x 80 crianças de 5 anos, seus pais e professores da Creche da UFRGS. A cada ação, o debate sobre o consumo e a publicidade de um produto foi colocado em pauta entre o público, através de estratégias de comunicação (material impresso e evento). Ao concluir tais atividades, observou-se a viabilidade de operacionalizar o uso da publicidade a favor do interesse público, promovendo discussões e disseminando mensagens educativas capazes de ampliar a visão crítica dos consumidores.