

## A UTILIZAÇÃO DA PROPAGANDA EM MÍDIAS DIGITAIS COMO PROPULSORAS DO CONSUMO CONSCIENTE DA ÁGUA, NA CIDADE DE JOAÇABA EM SANTA CATARINA

Orientadores: SANTOS, Silvia Spagnol Simi dos Santos

Pesquisadores: JUSTI, Ana Luiza; HOLETZ, Taís

Curso: Publicidade e Propaganda

Área: Área das Ciências das Humanidades

Resumo: O presente artigo é decorrência de um projeto de pesquisa amparado pelo Fundode Apoio à Pesquisa – FAPE da Universidade do Oeste de Santa Catarina – Unoesc. O objetivo foi compreender como a propaganda em mídias digitais pode contribuir para o consumo consciente da água em pessoas de 30 a 59 anos da cidade de Joaçaba em Santa Catarina, bem como compreender a relação sobre a gestão dos recursos hídricos domésticos desse mesmo público. A importância do tema se dá em virtude das mídias sociais alterarem significativamente a forma das pessoas se relacionarem e se comportarem em sociedade assim como abordar conteúdos de conscientização ser importante para o desenvolvimento regional. Para tanto, foi realizada uma revisão bibliográfica, assim como uma pesquisa do tipo quanti-quali, exploratória e descritiva. Após os dados coletados desenvolvemos uma campanha de propaganda digital com o intuito de conscientizar esse universo a respeito do consumo consciente da água doméstica. A mensuração dos resultados dessa campanha foi realizada por dados métricos se utilizando do método chamado funil de vendas e taxas de conversão e também pelos dados do google adwords. Através da pesquisa e da campanha veiculada, constatou-se a popularização da internet e por consequência o uso de propaganda em mídias sociais, bem como a forte influência que esses meios representam no hábito das pessoas especialmente no que tange informações de consumo consciente de água.

Palavras-chave: Água. Consumo. Mídias Digitais. Propaganda.

E-mails: [silvia.simi@unoesc.edu.br](mailto:silvia.simi@unoesc.edu.br)