



## 5º FÓRUM MUNDIAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Ações de Sustentabilidade Ambiental  
[www.comunicacao.com.br](http://www.comunicacao.com.br)

## 5<sup>th</sup> WORLDWIDE FORUM OF SOCIAL COMMUNICATION

Actions of Environmental Sustainability  
[www.comunicacao.com.br](http://www.comunicacao.com.br)



O mundo  
precisa de grandes idéias  
para continuar vivo.



**The World  
needs great  
ideas to  
stay alive**



O maior evento da  
área de comunicação  
voltado a uma grande  
causa civil, social e  
humanitária

The largest event  
on communication  
turned for a great  
civil, social and  
humanitarian  
cause.



“A publicidade não existe exclusivamente para vender detergentes em pó. Ela também tem como missão ajudar os povos a se organizarem. E cada vez mais vai precisar abraçar as grandes causas cívicas, sociais e humanitárias”

Jacques Séguéla, publicitário - França

“The advertising doesn't exist only for selling soap detergents. The advertising also have the mission to help people to organize themselves. And more and more will need to embrace the great civic, social and humanitarian causes”

Jacques Séguéla,  
advertising man -  
France



**Iniciativa:**

**ALAP**

**Associação Latino-Americana de  
Agências de Publicidade**

**Initiative:**

**ALAP**

**Latin American  
Advertising  
Agencies  
Association**



## Apoio:

ABAP

Associação Brasileira de Agências de Publicidade

ARP

Associação Riograndense de Propaganda

IAA

International Advertising Association

Fenapro

Federação Nacional das Agências de Propaganda

CNP

Conselho Nacional de Propaganda

## Support:

ABAP

Brazilian Advertising  
Agencies Association

ARP

Riograndense  
Advertising  
Association

IAA

International  
Advertising  
Association

Fenapro

National Advertising  
Agencies Federation

CNP

National Advertising  
Council



O FÓRUM

THE FORUM



## Objetivos:

Avaliar e estimular o crescimento do terceiro setor, transmitir conhecimentos de marketing e premiar peças e campanhas de publicidade social e de bem público.

## Goal:

To value and to stimulate the growing of the Third Sector, to transmit knowledge of marketing and award the ads and campaigns of social advertising and public usefulness.



## Seu Valor

O Fórum hoje é um evento representativo no cenário mundial, que ganha proporções a cada ano, com o apoio e entusiasmo de profissionais, instituições e veículos de comunicação que valorizam o significado humano da propaganda de responsabilidade social.

## Value

The Forum today is a representative event at the world scene, becoming bigger each year, with the support and enthusiasm of professionals, institutions and communication vehicles that value the human meaning of social responsibility advertising.



## Públicos Alvo:

- Publicitários
- Estudantes de comunicação
- Agências de Publicidade
- Produtoras
- Estúdios de Criação
- Gráficas e Editoras
- Veículos de Comunicação
- Anunciantes
- Pessoas Físicas e jurídicas com atuação nestes segmentos ou afins
- Profissionais atuantes junto ao Terceiro Setor

## Target:

- Advertising professionals
- Communication students
- Advertising Agencies
- Producers
- Creation Studios
- Graphics and Publishers
- Media vehicles
- Advertisers
- Individuals and entities with acting in these segments or similar
- Professionals from the Third Sector



Um Pouco  
do Ontem  
para Chegar  
no Hoje

From  
yesterday  
until today



## Sua Origem:

O embrião do Fórum Mundial de Comunicação Social nasceu em 2002, com a visita de representantes do BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento) ao Rio Grande do Sul. Propuseram à ALAP motivar suas associadas, na América Latina e no Caribe, a realizar campanhas com a participação da sociedade em projetos de inclusão social.

## The Origin:

The embryo of Worldwide Forum of Social Communication was born in 2002, at the visit of representatives from BID - Inter-American Development Bank to Rio Grande do Sul, Brazil.

They propose to ALAP to motivate their associates, at Latin America and Caribe, to make campaigns with the participation of society at social inclusion projects.



# 1º Fórum de Comunicação Social 2003

Tema: “Porque devemos  
cuidar do Idoso?”

1st Forum of Social  
Communication -  
2003

Theme: “Why we  
should care the  
elder?”



## 2º Fórum de Comunicação Social - 2004

Tema: "A Responsabilidade  
Social da Informação"

2nd Forum  
of Social  
Communication  
2004

Theme:  
"The Social  
Responsibility of  
Information"



## 3º Fórum de Comunicação Social - 2005

**Tema: “Reconhecer Pessoas.  
Compartilhar Atitudes”**

3rd Forum  
of Social  
Communication  
2005

**Theme: “Recognize  
People.  
Share Attitudes”**



# 4º Fórum de Comunicação Social - 2006

Tema: “Ações de  
Responsabilidade Social”

4th Forum  
of Social  
Communication  
2006

Theme: “Actions of  
Social  
Responsibility”



## Premiações

Todas as edições destacam peças e campanhas com foco em projetos sociais. Os júris concederão às peças e campanhas premiadas, o troféu “Nestor de Paula”, Ouro, Prata e Bronze.

O nome homenageia o diretor da Azaléia, falecido em 2004, profissional reconhecido pelo seu apoio aos investimentos em comunicação de cunho social e visão humanista que marcaram sua vida.

## Awards

All editions stand out ads and campaigns with focus on social projects. The Jury will grant awards to the ads and campaigns, the trophy “Nestor de Paula”, Gold, Silver and Bronze.

The name pays a homage to the director of Azaléia, deceased in 2004, a professional recognized by his support to the investments on social communication and the humanist view that marked his life.



## Mídias Destacadas:

Rádio

Jornal

Revista

Cine/TV

Exterior

Internet

Stand out  
Medias

Radio  
Newspaper  
Magazine  
Movie/TV  
Outdoor  
Internet



## Top de Responsabilidade Social

Com o objetivo de oferecer a empresas e instituições a oportunidade de expor suas ações e projetos de responsabilidade social, o Fórum Mundial de Comunicação Social, a partir de agora, expande a premiação de “cases”, iniciada nas edições anteriores.

### Social Responsibility Top

With the goal to offer to the companies and institutes the opportunity to expose their actions and projects of social responsibility, the Worldwide Forum of Social Communication, since now, expand the award of “cases”, started at the early editions.



Para a edição 2008,  
nasce um novo e grandioso  
projeto -  
o Top de Responsabilidade  
Social.

For the 2008  
edition,  
is borning a  
new and great  
project -  
the Social  
Responsibility  
Top.



Uma idéia que se propõe a dar visibilidade e diferenciação àqueles que contribuem para o engrandecimento de causas relevantes à nossa sociedade, em todos os setores de atuação, do público ao privado.

An idea that intends to give visibility and differentiation for those contribute to the enlargement of relevant causes for our society, at all sectors , from the public to private.



Top de Responsabilidade Social -  
o embrião de uma grande causa,  
abraçando grandes causas.

Social  
Responsibility Top  
- the embryo of a  
great cause,  
embracing  
great causes.



# 5º Fórum Mundial de Comunicação Social

Quando: 25 de março de 2008  
Onde: cidade de Porto Alegre/RS  
Local: Salão de Atos da PUC/RS

## 5th Worldwide Forum of Social Communication

When:

March 25th 2008

Where: city of Porto  
Alegre - state of RS -  
Brazil

Place: Salão de Atos  
da PUC/RS



Tema central:

“Ações de Sustentabilidade Ambiental”

Main theme:

“Actions of Environmental Sustainability”



## Por que Porto Alegre?

- 1) A cidade abriga a sede da ALAP.
- 2) As primeiras edições ocorreram em paralelo ao Fórum Social Mundial, que teve palco na capital gaúcha.
- 3) Porto Alegre já representa o berço social e cultural do evento. Uma conquista e uma tradição que impõe continuidade.

## Why Porto Alegre?

- 1) The city shelters the headquarters of ALAP.
- 2) The early editions happened in parallel at the World Social Forum (Fórum Social Mundial), that have take place at the capital of Rio Grande do Sul, Brazil.
- 3) Porto Alegre represents now the social and cultural cradle of the event. A conquest and a tradition, what imposes continuity.



“Nossa responsabilidade como cidadãos, como integrantes de uma sociedade que busca justiça, equidade social e um mundo melhor para as futuras gerações, impõe a participação em ações e projetos que possam decisivamente responder pela qualidade de vida de cada um de nós.

O Fórum Mundial de Comunicação Social é uma ferramenta que coloca em nossas mãos oportunidades, discussões e alternativas em prol destes objetivos, com respostas aos nossos anseios, necessidades e preocupações voltadas à preservação do planeta e das espécies. Uma causa que ultrapassa a barreira do individual”.

**Alexandre B. Skowronsky,**  
Presidente do 5º Fórum Mundial de Comunicação Social

“Our responsibility as citizens, as members of a society whose search for justice, social balance and a better world for the future generations, imposes the participation on actions and projects that could decisively answer by the life quality of each one of us. The Worldwide Forum of Social Communication is a tool that put in our hands opportunities, discussions and alternatives for these goals, with answers for our yearns, necessities and concerns about the planet and species preservation. A cause that goes beyond the individual barrier”.

Alexandre B. Skowronsky  
President at the 5th Worldwide  
Forum of Social Communication



## A Escolha do Tema

No início de 2007, o planeta exibia uma população mundial na ordem de 6,6 bilhões de pessoas.

## The Choice of the Theme

At the early of 2007, the planet have a worldwide population of 6,6 billion people.



## Numa projeção futura, seremos:

Em 2012, 13 bilhões de habitantes

Em 2028, 16 bilhões de habitantes

Em 2050, 22 bilhões de habitantes

Em 2070, 20 bilhões de habitantes

( fonte: site wikipédia )

In a future  
projection, we  
will be:

In 2012, 13 billion  
habitants

In 2028, 16 billion  
habitants

In 2050, 22 billion  
habitants

In 2070, 20 billion  
habitants

( source: site wikipedia )



**É Preciso Mudar  
Já para Salvar  
o Planeta**

**It's Necessary  
Change Now to  
Save the Planet**



Estes números, por si só revelam preocupação com o planeta, com as novas gerações e com a qualidade de vida que legaremos para as novas gerações. Da população mundial, hoje, 1 bilhão é composta por jovens, na faixa etária de 15 a 24 anos.

This numbers reveal the concern about the planet, the new generations and the quality of life that will be our legacy for the new generation. From the worldwide population, today, 1 billion is composed by young ones, at the age of 15 to 24 years old.



Estes jovens representam o futuro. Motivados, contribuirão decisivamente para a mudança que impõe preservação do planeta, seja através de consumo consciente, repensando valores, optando pela preservação do meio ambiente saudável e sustentável - vinculados aos cenários econômicos e sociais.

These young ones represent the future. Motivated, will contribute decisively for a change that imposes the preservation of the planet, by the aware consumption, rethinking values, option by the environment preservation, healthy and sustainable - attached at the economic and social scene.



## Como Definir Sustentabilidade Ambiental?

“Atender às necessidades do presente sem comprometer as possibilidades de as futuras gerações atenderem as suas próprias necessidades”.

(fonte: Editorial do site [www.planetasustentavel.com.br](http://www.planetasustentavel.com.br) )

## How to define Environmental Sustainability?

“Attend the necessities of present without compromise the possibilities of future generations to attend their own necessities”.

(source: Editorial from the site [www.planetasustentavel.com.br](http://www.planetasustentavel.com.br) )



## Um Triste Cenário Ambiental

Globalmente, a quantidade de água potável disponível tem diminuído dramaticamente; A poluição das águas mata hoje 2,2 milhões de pessoas por ano.

Mais de 75% da reserva mundial de peixes é sobre-explorada.

O aumento do nível dos oceanos causado pelo aquecimento global pode deslocar dezenas de milhões de pessoas.

Esta crise tem maior impacto na empobrecida população dos países em desenvolvimento.

### A Sad Environmental Scene

Globally, the quantity of drinkable water available has been lessening dramatically .

The water pollution kills today 2,2 millions people per year.

More than 75% of the worldwide reserve of fishes it ´s over-explored.

The increase of the oceans level caused by the global warming must move millions of people.

This crisis have a bigger impact at the poor population of countries still in development.



## Os Apoiadores:

Esta força-tarefa agrega 265 especialistas de todo o mundo, incluindo parlamentares, pesquisadores e cientistas, formuladores de políticas públicas, representantes da sociedade civil, agências da ONU, o Banco Mundial, o Fundo Monetário Internacional e o setor privado.

## The Supporters:

This task force collects 265 specialists from the whole world, among parliamentarians, researchers and scientists, formers of public politics, representatives of civil society, agencies from ONU, the World Bank, the International Monetary Fund and the private sector.



## Como Abraçar esta Causa

O 5º Fórum Mundial da Comunicação Social ergue esta bandeira, contando com a parceria da comunidade empresarial, envolvendo anunciantes, meios de comunicação, organizações, instituições ligadas ao poder público e a sociedade como um todo.

### How to embrace the Cause

The 5th Worldwide Forum of Social Communication raise this flag, expecting the partnership of business community, the participation of advertisers, communication vehicles, organizations, institutions connected at the public agents and the society as one.



## O Projeto Força-tarefa das Nações Unidas

Um plano de ação global para combater a pobreza, as doenças e a degradação ambiental.

Esforços visam:

- A busca de novas tecnologias compatíveis com a preservação do meio-ambiente nos setores de energia, transporte, gestão da água e agricultura;
- Mudanças estruturais nas instituições e nas políticas, através do fortalecimento das instituições e da governança;
- Correção das falhas e distorções de mercado;
- Melhoria no acesso e no uso do conhecimento científico e tecnológico.

## The Project Task Force from United Nations

A plan of global action to combat the poverty, the diseases and the environmental degradation. Efforts to:

- The search of new technologies compatible with environmental preservation at the sectors of energy, transport, management of water and agriculture;
- Structural changes at the institutions and politics, through the strengthening of institutions and governments;
- Correction of fails and distortions at the market;
- Improvement at the access and use of scientific and technological knowledge.



## De Mãos Dadas

É hora de debater o tema abertamente, discutir caminhos, posicionamentos e procurar alternativas para esta causa mundial que não pode esperar!

## Hand in hand

It's time to discuss the theme openly, discuss ways, positions and search alternatives for this worldwide cause that cannot wait!



“Responsabilidade social significa agir de forma compartilhada, cooperativa; ser co-responsável e solidário; compatibilizar liberdade com dignidade para todos. A prática da responsabilidade social é a revolução do nosso tempo e quanto antes a incorporarmos em nosso dia-a-dia, mais cedo estaremos consolidando as transformações que nos conduzirão a um mundo mais ético, mais democrático e mais justo” .

César Busatto,  
Secretário de Coordenação Política e Governança  
Local do Município de Porto Alegre e Patrono do  
5º Fórum Mundial de Comunicação Social.

“Social responsibility means to act by a shared way, cooperative; be co-responsible and solidary; the compatibility of liberty with dignity for all. The practice of social responsibility it´s the revolution of our times and soon we´ll incorporate at our daily bases, soon we´ll be consolidating the transformations that drive us to a world more ethic, more democratic and more fair” .

César Busatto,  
Secretary of Politic Coordination  
and Local Government at the  
County of Porto Alegre and  
Patron at the 5th Worldwide  
Forum of Social Communication.



## Pré-Programa do Evento:

- Contribuição da Mídia para Sustentabilidade Ambiental.
- O Planeta Terra sob a Ótica sustentável da Arte.
- Consumo em Harmonia com o Planeta.
- Ações de Sustentabilidade do Poder Público.
- Criatividade Publicitária com Compromisso Ambiental.
- Marketing Sem Impacto Ambiental. A Terra Agradece.

PALESTRANTES NACIONAIS e INTERNACIONAIS

### Event Preliminary Program :

- Contribution from Media for Environmental Sustainability.
- The Planet Earth under the sustainable view of Art.
- Consumption in harmony with the Planet.
- Actions of Sustainability from the Public Agents.
- Advertising creativity with environmental commitment.
- Marketing without environmental impact. The Earth thanks.

NATIONAL AND  
INTERNATIONAL SPEAKERS



Segundo pesquisa realizada pelo Instituto Ethos, 56% dos consumidores brasileiros julgam se uma empresa é boa ou ruim levando em conta a sua responsabilidade social e o comportamento ético, critérios que também aparecem em escala mundial.

According inquiry made by Ethos Institute, 56% of brazilian consumers judge if a company is good or bad taking in count their social responsibility and ethic behaviour, criteria that also appear in worldwide scale.



“A publicidade aponta o problema não a solução, mas pode despertar nos governos e na sociedade a busca por soluções” .

“É preciso convencer o consumidor, o cidadão e o político a construir uma sociedade melhor”

**Otto Baumrucker**

Consultor Internacional de Marketing, conferencista em Davos/Suíça e no 4º Fórum Mundial de Comunicação Social.

“The advertising can point the problem and not the solution, but can awake at the governments and society the search for solutions”.

“Have to convince the consumer, the citizen and the politician to build a better society”

**Otto Baumrucker**

International Adviser of Marketing, speaker at Davos/Switzerland and at the 4th Worldwide Forum of Social Communication.



## União de Forças

Cada um de nós pode e deve contribuir para reverter este cenário e começar a mudança que representará a salvação do planeta.

Por menor que seja, nossa participação pode significar um grande passo em prol desta causa.

A humanidade e o planeta merecem.

## Union of Strength

Each one of us can and must contribute to reverse the scene and start a change that will represent the salvation of the planet.

Even a small one, our participation means a great step for the cause.

The humanity and the planet deserves.

Realização:



**ASSOCIAÇÃO  
LATINO-AMERICANA  
DE AGÊNCIAS DE  
PUBLICIDADE**

Realization:



**LATIN AMERICAN  
ADVERTISING  
AGENCIES  
ASSOCIATION**

Pernambuco Avenue, 2664 - Phone/Fax:55.51 3222.5222 Zip Code 90240-002  
Porto Alegre RS Brazil  
[www.alap.terra.com.br](http://www.alap.terra.com.br) e-mail: [alap@terra.com.br](mailto:alap@terra.com.br)

Apoio:/Support:



**5º FÓRUM MUNDIAL DE  
COMUNICAÇÃO SOCIAL**

Ações de Sustentabilidade Ambiental

[www.forumcomunicacao.com.br](http://www.forumcomunicacao.com.br)