

MAAT Lança campanha boca a boca para promover a exposição ECO-VISIONÁRIOS

31 de Julho, 2018

Esta campanha inédita levou a ‘palavra’ para a rua. Vários eco-messengers circularam pela cidade de Lisboa para promover e divulgar a exposição junto de lisboetas e turistas. O MAAT eliminou, assim, o recurso a flyers, mupis ou qualquer outro tipo de material, reduzindo o impacto ambiental.



“Eco-Visionários: Arte, Arquitetura após o Antropoceno” é uma exposição que dá a conhecer as visões críticas e criativas de mais de 40 artistas, arquitetos e designers face às transformações ambientais que afetam o planeta e lança o debate sobre um vasto panorama de questões associadas ao Antropoceno. É também um palco onde os artistas apelam à sensibilidade para o impacto destas ações humanas e das suas consequências catastróficas, apresentando novas soluções e antecipando visões de futuro.

Desta forma, uma exposição que aborda estas temáticas merece uma campanha que seja coerente com a própria mensagem e que, acima de tudo, seja responsável. A sugestão e autoria desta campanha boca a boca foi da agência criativa Solid Dogma, liderada por Pedro Pires.

Os acontecimentos meteorológicos extremos que todos temos vindo a assistir, o aquecimento global, as crises ambientais provocadas pelo esgotamento de recursos, o uso exagerado dos combustíveis fósseis, o consumo excessivo e de massas, entre outros, são fenómenos atuais e urgentes de debater. Na campanha, os smiles amarelos têm a intenção de chamar à atenção para os pequenos/grandes colapsos ambientais que já começamos a assistir.

Para Catarina Seixas, Diretora de Marketing e Comunicação da Fundação EDP, “comunicar exposições tem a particularidade de nos inspirar a pensar em campanhas criativas diferentes. Esta exposição, pela enorme relevância e atualidade dos temas que aborda, tinha de ter uma campanha que fosse coerente com a mensagem, dando-nos oportunidade de apresentar uma campanha desafiante e responsável.”