

## Snapchat – Lembranças Instantâneas<sup>1</sup>

Ed Carlos ELIZIARIO<sup>2</sup>

Felipe Willian Correa da COSTA<sup>3</sup>

Felipe Lopes RAMOS<sup>4</sup>

Alan Eugênio de PAULA<sup>5</sup>

Gabriela Naomi HIGA<sup>6</sup>

Renata Boutin BECATE<sup>7</sup>

Adriana da Costa Rato Lopes de ALMEIDA<sup>8</sup>

Faculdade de Comunicação, Artes e Design do Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio, Salto, SP

### RESUMO

O trabalho tem como finalidade apresentar uma proposta de mídia online para a Sub-regional ABRAz (Associação Brasileira de Alzheimer), uma organização sem fins lucrativos localizada na cidade de Indaiatuba – São Paulo, que há 11 anos oferece apoio e informação para os familiares e cuidadores de idosos com a demência de Alzheimer, auxiliando por meio de palestras, conhecimentos e diretrizes que contribui para que os familiares possam oferecer ao doente uma melhor qualidade de vida.

**PALAVRAS-CHAVE:** Alzheimer; ABRAz; Indaiatuba; Campanha; Propaganda.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2016, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Publicidade em Mídia Online.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social, Habilitação Publicidade e Propaganda, email: [edyeliziario04@gmail.com](mailto:edyeliziario04@gmail.com)

<sup>3</sup> Estudante do 3º. Semestre do Curso Comunicação Social, Habilitação Publicidade e Propaganda, email: [mulho.felipe@gmail.com](mailto:mulho.felipe@gmail.com)

<sup>4</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social, Habilitação Publicidade e Propaganda, email: [fe.lobes7@hotmail.com](mailto:fe.lobes7@hotmail.com)

<sup>5</sup> Estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social, Habilitação Publicidade e Propaganda, email: [alan\\_eugeniosk@hotmail.com](mailto:alan_eugeniosk@hotmail.com)

<sup>6</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social, Habilitação Publicidade e Propaganda, email: [gabynaomihiga@terra.com.br](mailto:gabynaomihiga@terra.com.br)

<sup>7</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso Comunicação Social, Habilitação Publicidade e Propaganda, email: [renatabecate@gmail.com](mailto:renatabecate@gmail.com)

<sup>8</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso Comunicação Social, Habilitação Publicidade e Propaganda, email: [lobes.drica@uol.com.br](mailto:lobes.drica@uol.com.br)

## 1 INTRODUÇÃO

Este paper tem como objetivo detalhar os processos para veiculação no aplicativo *Snapchat* da campanha “Se você pode lembrar não esqueça” desenvolvido pela agência experimental Kíui Comunicação no segundo semestre de 2015, composta por alunos do 2º, 4º e 6º semestre do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda do CEUNSP – Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio, envolvendo as disciplinas aplicada a grade curricular de cada semestre.

A Associação Brasileira de Alzheimer – ABRAz, possui sub-regionais espalhadas por todo o Brasil, e para o trabalho desenvolvido escolhemos trabalhar com a ABRAz de Indaiatuba, que foi fundada em julho de 2004 pela Dra. Celene Queiroz Pinheiro de Oliveira, especialista em geriatria, sem fins lucrativos com natureza jurídica 313-1 Entidade Sindical e CNPJ 74.163.288/0001-51. A associação conta com parcerias e voluntários que auxiliam em seu desenvolvimento, para que cada vez mais famílias sejam ajudadas com seus serviços prestados.

## 2 OBJETIVO

O objetivo desse trabalho é desenvolver uma campanha publicitária para que a ABRAz seja reconhecida na cidade de Indaiatuba como referência sobre o mal de Alzheimer, como uma instituição que presta auxílio as famílias e cuidadores de pacientes com a demência, através de palestras e apoio psicológico, capacitando as pessoas para o cuidado, com isso impactar a população alertando sobre a doença e aumentando a participação de famílias nos encontros mensais. Dar ênfase a semana mundial de Alzheimer que acontece em setembro e atingir a população de Indaiatuba estando presente na maioria dos canais de divulgação na cidade, impulsionando a divulgação da ONG.

Utilizando o aplicativo mobile *Snapchat*, o objetivo é atingir os jovens com essa mídia, gerando uma experiência reflexiva, aumentando a divulgação da instituição pois estão atentos as novidades e movimentam as redes sociais como um viral, além disso são vistos como uma ponte de divulgação, uma vez que impactado pela campanha, poderá transmitir os conhecimentos a seus familiares sobre os serviços prestados pela ONG

### **3 JUSTIFICATIVA**

A instituição está há onze anos na cidade e não é reconhecida pela população, pois nunca realizou campanhas publicitárias devido ao baixo investimento em publicidade.

O Snapchat é um aplicativo de compartilhamento de imagens que duram poucos segundos e são destruídas após a visualização. Optamos por essa mídia que é diferenciada e vem crescendo cada vez mais, hoje é o terceiro aplicativo mais baixado com mais de duzentos milhões de usuários no mundo, com idades entre 13 e 34 anos que assistem vídeos mais de oito milhões de vezes por dia. A intenção é atingir os jovens.

O aplicativo conta com um novo formato de visualização de vídeos, o 3V (Vertical Video Views) que é exibido em ângulo vertical ocupando toda a tela do smartphone. Além disso, a divulgação é gratuita, uma mídia de grande valor para uma instituição sem fins lucrativos. “As redes modificam a maneira como vivemos, como consumimos conteúdo e como as empresas divulgam produtos.” Adolpho Conrado (2011, p.283)

### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Para desenvolver de maneira clara e objetiva a campanha, a agência Kíui comunicação se aprofundou em assuntos relacionado ao Alzheimer, como pesquisas, reportagens televisivas, sites especializados e influenciadores no assunto. Acreditamos que para desenvolver um bom trabalho é preciso primeiramente entender o que se trata o tema que será abordado. Com isso, recebemos em nossa agência Fernanda Canobel – assessora da ONG que palestrou para toda equipe sobre a doença e os princípios da instituição, no final, foi aberta a discussão para sanar todas as dúvidas possíveis antes de iniciarmos as produções. Além disso, fomos conhecer o local onde são realizadas as palestras mensais, conversamos com alguns patrocinadores, voluntários e familiares que estavam no local, extraíndo informações e relatos reais de pessoas que convivem diariamente com o portador da doença. Ao final conseguimos identificar as emoções reais de familiares e o drama de quem convive com isso.

Diante dessas informações e briefing do cliente, decidimos criar a campanha direcionada aos familiares e cuidadores de forma emotiva, valorizando o paciente e a importância do apoio familiar nessa etapa da vida, frisando o carinho e amor que devem ser transmitidos e descartando qualquer possibilidade de abandono, assimilando a ABRAZ como referência no apoio e auxílio, capacitando cuidadores para proporcionar uma melhor qualidade de vida ao portador da doença. Além disso, o objetivo é orientar a população de Indaiatuba sobre a doença diretamente ligada com a ONG regional.

A campanha não é para um público em específico, pois está ligada ao processo de auxílio para o paciente, e se trata de uma doença que não escolhe classe social, racial, clero ou sexo, mas para a mídia no Snapchat, nosso objetivo é impactar os jovens, já que são o maior público que utiliza o aplicativo.

O aplicativo Snapchat faz parte do conjunto de mídias sociais aplicadas a campanha. Optamos por essa mídia por ser inovadora, impactante que está crescendo cada vez mais no meio digital. A ideia principal é impactar os jovens com a experiência gerada, com isso, alertar sobre a doença, a instituição e fazer com que transmitam sua experiência para os familiares e alertem para conhecidos que precisam do auxílio. O maior fator que nos levou a escolher essa mídia é a divulgação gratuita e de grande impacto. A divulgação em meios na internet é mais rápida e efetiva segundo Adolpho Conrado (2011, p.283)

Enquanto na sociedade tradicional temos contato com dezenas de pessoas, no mundo online podemos aumentar esse número para a casa das centenas ou milhares. Logo, isso faz com que aquilo que já acontecia no nosso dia a dia há décadas passe a acontecer na internet com maior velocidade. As redes sociais, na web, são o meio em que as pessoas se reúnem por afinidade.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

O aplicativo é conhecido pelo compartilhamento de imagens que duram até dez segundos que depois de visualizadas são deletadas automaticamente, pensando nesse recurso do aplicativo, relacionamos com a doença de Alzheimer, que trás o mesmo conceito com a memória do portador.

Para desenvolver a campanha no aplicativo, foi criada uma conta da ABRAZ Indaiatuba no Snapchat, e disparado solicitações de amizade para as contas da rede na cidade e região através de uma ferramenta do aplicativo chamada Geofiltros que busca

usuários ao seu redor. Com os amigos adicionados, a estratégia foi enviar snaps na semana do Alzheimer para impactar os usuários que recebessem a mensagem.

A mensagem ficará disponível na História da conta da Abraz no aplicativo, ao clicar pra visualizar, o expectador é surpreendido com imagens de um senhor se divertindo com sua família em um dia no parque, as imagens vão sumindo aos poucos e no final aparece a mensagem: “Em alguns segundos, as mais belas memórias podem desaparecer”, seguida da assinatura da campanha “Se você pode lembrar, não esqueça” e finaliza com o logotipo da ABRAz Indaiatuba com os contatos e Hashtags que linkam a campanha.

Vídeo explicativo da campanha no aplicativo Snapchat para divulgação da ONG disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=pU7vScVulAU&feature=youtu.be>

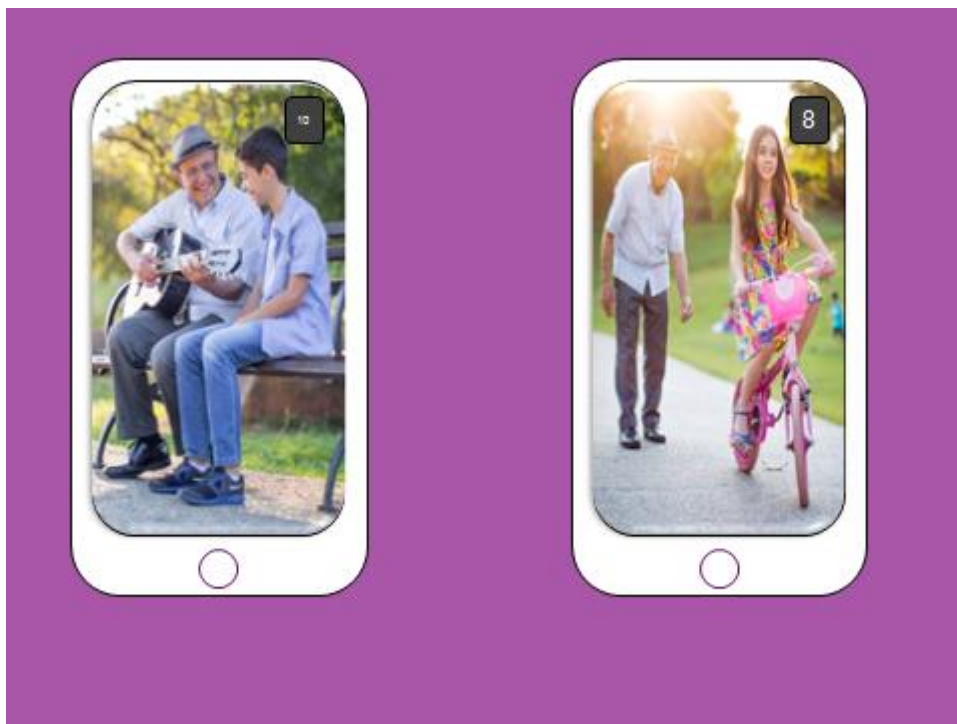


Figura 1 – Primeira etapa da campanha.

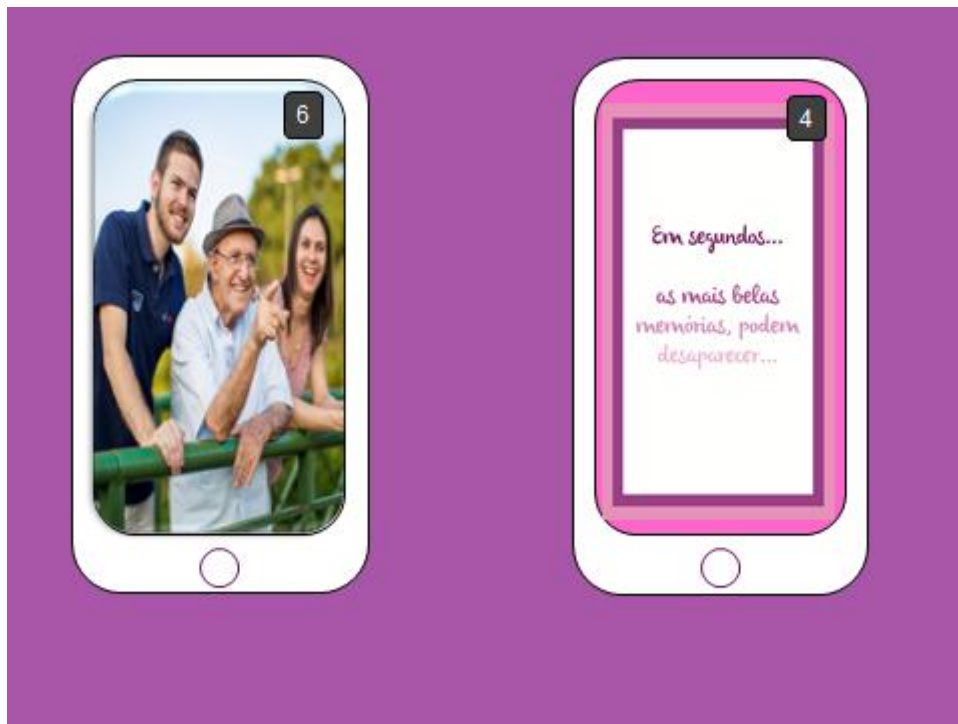


Figura 2 – Segunda etapa da campanha.



Figura 3 – Terceira etapa da campanha.

## **6 CONSIDERAÇÕES**

A partir das necessidades apontadas pelo cliente no briefing e a participação da equipe nas palestras da ONG, foi possível determinar as estratégias de comunicação da campanha, com o objetivo de tornar a instituição na cidade, apresentando os serviços oferecidos e o apoio prestado psicologicamente as famílias e cuidadores, buscando uma participação maior da população que se identifica com o caso. Para a realização da campanha, foram empregadas as matérias da grade curricular do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda e técnicas de comunicação para cada área de atuação da agência experimental Kíui Comunicação.

É muito satisfatório participar de um projeto que abrange um tema tão delicado quando o Alzheimer e pela responsabilidade social aplicada, pois nos aproxima da ONG de forma em que todo o aprendizado, reconhecimento e ajuda valeram a pena humanamente, enxergando uma realidade triste, e que todos nós estamos sujeitos a passar. Ficamos felizes com o resultado final e a aprovação de nosso cliente, que divulgou alguns de nossos trabalhos em suas redes sociais e utilizaram como material de apoio para palestras.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

SANT'ANNA, Armando. Propaganda Teoria, Técnica e Prática. 8. São Paulo: Pioneira Thomsom Learning, 2005.

CONRADO, Adolpho. Os 8Ps do Marketing Digital O guia estratégico do marketing digital. São Paulo: NOVATEC, 2011.

Fonte: Como anunciar usando o SnapchaT. Disponível em:  
<<http://www.edialog.com.br/novas-redes/como-anunciar-usando-o-snapchat/>>  
Acesso em 09 de maio de 2016.