

move

RELATOS

8

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

9

10

11

Assembleia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul Campanha: “O Rio Grande Contra a Fome.”

Problema de Comunicação

O 2º Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no Contexto da Pandemia da Covid-19 no Brasil, divulgado em 08/06/22, aponta que 33,1 milhões de pessoas passam fome no país, mesmo patamar de 30 anos atrás. O estudo também registra que, em menos de um ano, 14 milhões entraram em situação de vulnerabilidade alimentar, o que significa que seis a cada 10 brasileiros convivem com algum grau de insegurança alimentar.

Diante desse cenário, a Assembleia Legislativa percebeu que o momento era de agir. Como uma instituição sempre presente na vida dos gaúchos e atenta aos seus problemas, era preciso promover uma ação que não somente alertasse para a questão da fome, mas que também promovesse uma ação que unisse os gaúchos em torno dessa causa. Dessa forma, o Parlamento tomou a frente dessa questão, incluindo a colaboração de outros poderes e instituições de Estado (Executivo, Judiciário, Ministério Público, TCE e Defensoria Pública).

Estratégia de Comunicação

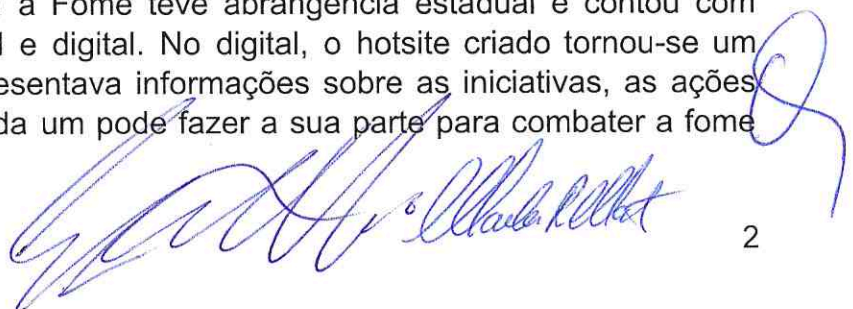
Para alertar as pessoas sobre a urgência em garantir a segurança alimentar à população e incentivar a doação de alimentos, a Agência Moove criou um conceito que promovia a união de todos os gaúchos em torno dessa temática: O Rio Grande Contra a Fome.

A campanha apresentou a Assembleia gaúcha como uma ponte entre as pessoas que querem doar alimentos e as instituições que precisam de doações. A ideia foi aproximar o Parlamento da população e mostrar que as grandes pautas devem ser debatidas e enfrentadas com a solidariedade dos gaúchos, garantindo uma parceria entre os poderes e órgãos autônomos do RS para combater a fome e a insegurança alimentar no estado.

A ação foi lançada no dia 15 de junho de 2022, quando houve assinatura de termo de adesão entre as entidades participantes da iniciativa.

Para isso, a Moove desenvolveu uma campanha de forte impacto visual, falando com uma abordagem emocional sobre o tema da fome. Ao chamar atenção para a causa, mostrou que esse tema não é só da Assembleia ou das instituições que estão apoiando: é uma bandeira de todos os gaúchos e gaúchas. Com isso, posicionamos o Movimento Rio Grande Contra a Fome como uma ação coletiva e plural que visa ampliar o enfrentamento à insegurança alimentar e nutricional no Rio Grande do Sul, em um momento em que a fome e a pobreza extrema avançam no país e no estado.

A campanha O Rio Grande Contra a Fome teve abrangência estadual e contou com anúncios em TV, rádio, jornal, OOH e digital. No digital, o hot site criado tornou-se um grande disseminador, enquanto apresentava informações sobre as iniciativas, as ações realizadas e exemplificava como cada um pode fazer a sua parte para combater a fome no estado.



Resultados

Apenas na primeira etapa da campanha, a Assembleia Legislativa já arrecadou 200 toneladas de alimentos. Além disso, também conseguiu se tornar protagonista no principal tema das Eleições de 2022: o aumento da insegurança alimentar no Brasil. Outro fato de extrema relevância foi a assinatura de termo inédito entre todos os Poderes do Estado do RS, que se uniram pela luta no combate à fome. A campanha gerou, ainda, diversas palestras e debates com especialistas, ajudando na divulgação desse tema tão importante para o Estado.

Referendo do cliente

Atesto que é verdadeiro o Relato de Soluções de Problemas de Comunicação, campanha “O Rio Grande Contra a Fome.”, executado pela agência Pública Comunicação Ltda., (Moove).

**Assembleia Legislativa do Rio Grande do Sul**

CNPJ: 88.243.688/0001-81

Nome: Gustavo Souza Machado

Cargo: Superintendente de Comunicação Social e Cultura

RG: 4038638823

Endereço: Praça Marechal Deodoro, nº 101.

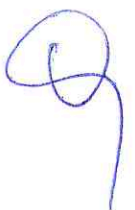
Telefone: (51) 3210-2832

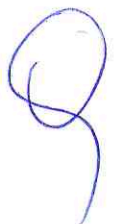
**Responsável pela elaboração do case**

Nome: Marlene Martinez

Cargo: Planejamento Sênior – Área de Inteligência Criativa – Pública Comunicação

RG 5023305914 – SSP/RS



Fichas técnicas das cinco (5) peças da campanha "O Rio Grande Contra a Fome."**Peça 1 - Anúncio de jornal****Agência:** Pública Comunicação**Cliente:** Assembleia Legislativa do Rio Grande do Sul**Formato:** ½ página (26,1cm x 17,2cm)**Título:** "O Rio Grande Contra a Fome."**Data de produção:** maio/2022**Data de veiculação:** junho/2022**Veículo que divulgou:** Correio do Povo, Zero Hora, Jornal do Comércio, Diário Popular, Gazeta do Sul, entre outros diários do interior do estado**Indicação sucinta do problema de comunicação:** Com o anúncio para jornal, o intuito foi apresentar o conceito da campanha e disponibilizar os canais que motivam a participação das pessoas nas doações, como o hotsite e o WhatsApp criados exclusivamente para arrecadação.

Peça 1 - Anúncio meia página (Dimensões originais: 26,1cm x 17,2cm)

RIO GRANDE CONTRA A FOME.
ESTA BANDEIRA É DE TODOS E TODAS.
AJUDE A MUDAR ESSA REALIDADE.
FAÇA PARTE DESTE MOVIMENTO.

Tem muita gente com fome por viver, fome por trabalhar, fome por acreditar. Mas nada disso é possível com fome, não é mesmo? Para combater a insegurança alimentar e a fome de muitos gaúchos e gaúchas, é fundamental a participação de toda a sociedade. E isso inclui você.

Sua participação muda tudo. Acesso:riograndecontrafome.al.rs.gov.br e saiba como potencializar as ações do movimento.

Não sabe onde doar alimentos? Manda um Whats para o Rio Grande Contra a Fome. ☎ (51) 995.48-3274

RIO GRANDE CONTRA A FOME

ESTA BANDEIRA É DE TODOS E TODAS.

DEFENSORIA PÚBLICA
 ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

FORO JUDICIAL
 TRIBUNAL DE JUSTIÇA
 ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

MINISTÉRIO PÚBLICO
 ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

1006 031

NOVAS FAÇANHAS
 NA JUSTIÇA CIVIL

Assembleia Legislativa
 Estado do Rio Grande do Sul

**MENOS INDIFERENÇA
 MAIS IGUALDADE**

5

Peça 2 - Hotsite

Agência: Pública Comunicação

Cliente: Assembleia Legislativa do Rio Grande do Sul

Formato: Site

Título: "O Rio Grande Contra a Fome."

Data de produção: maio/2022

Data de veiculação: junho/2022

Veículo que divulgou: riograndecontrafome.al.rs.gov.br/

Indicação sucinta do problema de comunicação: O hotsite da campanha, além de possuir um grande papel na disseminação da mensagem, apresenta mais informações sobre as iniciativas, as ações que estão sendo realizadas e exemplifica como cada um pode ajudar a combater a fome no estado.



[Handwritten signature]

Peça 3 - Filme para televisão – no pendrive**Agência:** Pública Comunicação**Cliente:** Assembleia Legislativa do Rio Grande do Sul**Formato:** 30"**Título:** "O Rio Grande Contra a Fome."**Data de produção:** maio/2022**Data de veiculação:** junho/2022**Veículo que divulgou:** Record TV, Pampa TV, Band, RDC TV**Indicação sucinta do problema de comunicação:** O filme para televisão apresenta a temática da campanha e indica os telespectadores a apoiarem a causa, indicando o acesso ao hotsite para mais informações sobre como ajudar.**Peça 4 - Spot para rádio – no pendrive****Agência:** Pública Comunicação**Cliente:** Assembleia Legislativa do Rio Grande do Sul**Formato:** 30"**Título:** "O Rio Grande Contra a Fome."**Data de produção:** maio/2022**Data de veiculação:** junho/2022**Veículo que divulgou:** Rádio Gaúcha, Rádio Continental, Rádio Band News, Rádio ABC, Rádio Guaíba**Indicação sucinta do problema de comunicação:** A peça apresentada, no formato spot, veiculou nas principais cidades do estado para convidar os gaúchos a participarem da iniciativa.**Peça 5 - Cartaz A3****Agência:** Pública Comunicação**Cliente:** Assembleia Legislativa do Rio Grande do Sul**Formato:** A3**Título:** "O Rio Grande Contra a Fome."**Data de produção:** maio/2022**Data de veiculação:** junho/2022**Veículo que divulgou:** Divulgação interna na ALRS**Indicação sucinta do problema de comunicação:** O cartaz foi veiculado para o público interno da ALRS, como forma de integrar também este público para apoiarem a iniciativa de combater a fome no estado.

RIO GRANDE CONTRA A FOME.
ESTA BANDEIRA É DE TODOS E TODAS.

FOME

ESTA BANDEIRA É DE TODOS E TODAS.

RIO GRANDE CONTRA A FOME. ESTA BANDEIRA É DE TODOS E TODAS. AJUDE A MUDAR ESSA REALIDADE. FAÇA PARTE DESTA MOVIMENTO.

Tem muita gente com fome por viver, fome por trabalhar, fome por acreditar. Mas nada disso é possível com fome, não é mesmo? Para combater a insegurança alimentar e a fome de muitos gaúchos e gaúchas, é fundamental a participação de toda a sociedade. E isso inclui você.

Faça a sua parte.
 Acesse riograndecontrafome.al.rs.gov.br e saiba como potencializar as ações do movimento.

Não sabe onde doar alimentos? Manda um Whats para o Rio Grande Contra a Fome.
 (51) 99548-3274

Assembleia Legislativa
 Estado do Rio Grande do Sul

SEMOS DIFERENÇA MAIS IGUALDADE

NOVAS FAÇANHAS
 A CRIAR O FUTURO

TOE
 1305 051

MINISTÉRIO PÚBLICO
 ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

PROCURADORIA GERAL DE JUSTIÇA
 ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE
 RIO GRANDE DO SUL

SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE
 RIO GRANDE DO SUL

Apóio:

[Handwritten signature]

Banco do Estado do Rio Grande do Sul

Campanha: "Conta Universitária Banrisul"

Problema de Comunicação

A Conta Universitária Banrisul é um canal de prospecção com alto potencial de renovação da base de clientes do banco, ao viabilizar a entrada de estudantes universitários ao sistema bancário, de forma desburocratizada. Com o objetivo de rejuvenescer a carteira de clientes, o banco definiu agregar o mecanismo de cashback, para incentivar jovens universitários, sem restrições bancárias, à abertura de Contas Universitárias com limite, através do App ou de forma presencial. Dessa forma, o novo cliente inicia o seu relacionamento com os diferentes serviços do banco, além daqueles específicos para o perfil universitário, como o Crédito Universitário, já ganhando até sessenta reais (R\$60,00) da promoção cashback na conta aberta.

Estratégia de Comunicação

No desenvolvimento da campanha, a Moove considerou como determinante uma narrativa de comunicação descontraída, de rápida decodificação da mensagem, com elementos visuais atrativos, em tom da linguagem essencialmente promocional.

O direcionamento criativo foi essencialmente orientado a gerar empatia com o jovem universitário, uma geração que busca soluções rápidas para suas demandas do dia a dia. A campanha deveria sintetizar a imagem de um produto facilitador, com linguagem de fácil reconhecimento para quem já está acostumado a interações com marcas e serviços na palma da sua mão. Assim, a principal argumentação recaiu sobre a praticidade, "todo processo pode ser realizado pelo App, sem a necessidade de ir até uma agência física".

A identidade visual foi criada em estilo "gamer", onde o protagonista vai ganhando vários bônus pelo caminho que percorre, a partir do momento em que abre uma conta no Banrisul, pelo seu celular: *cashback* de até 60 reais; abertura de conta totalmente digital; cartão virtual para usar antes de chegar o cartão; vantagens em cinema e pontos Banriclubê.

A escolha por ilustrações em traços de estilo bem marcante, o uso de animações e uma paleta de cores em tons de lilás e azul conferiram um ar de leveza e agilidade na relação do usuário com a Conta Universitária do Banrisul no seu dia a dia: no digital, de forma rápida e vantajosa. O conceito "Vem que a sua conta universitária Banrisul tá on" sintetiza essa ideia e assina todas as peças da campanha.

O período de veiculação da campanha foi de 27 de fevereiro a 27 de abril, com grande número de peças e formatos, para meios on e off, escolhidos conforme o seu potencial de alcance e retenção da audiência desejada: cinema, televisão, rádio, mídia exterior (DOOH) e internet.

Na distribuição tática, o filme de 30" foi veiculado em quatro salas da rede GNC Cinemas; no meio rádio, foi utilizado merchandising de 60" (92 FM) spot de 30"; em TV aberta, com cobertura Estado, tivemos merchandising de 60" (Programa Que papo é esse?).

Na mídia exterior (DOOH) foram exibidas vinhetas de 10" em mega painel, bancas de revistas, *mubs*, relógios digitais, empena, *frontlights* e abrigos de ônibus.

A mídia digital incluiu influenciadores: Instagram com Mari Araújo (92 FM); Instagram e Tik Tok (Teteu Severo); com vídeos no Tik Tok e compartilhamento no Reels Instagram.

Além do filme, a campanha conta também com a LP, onde o universitário poderá saber mais sobre a conta universitária Banrisul: banrisul.com.br/contauniversitaria.

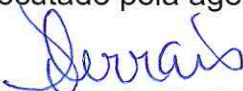
Em maio, foi intensificada a mídia externa digital, priorizando circuitos que levam para universidades/faculdades de Porto Alegre e grande Porto Alegre, e desenvolvida uma nova ação de influenciador digital no TikTok (Sofias Por Ai), com vídeos compartilhados também no Reels Instagram.

Resultados

A performance da campanha veiculada no Instagram, Google, TikTok e Twitter, em resultado geral, obteve 16.615.995 impressões e 1.434.745 cliques. Na dimensão de negócios, dados de 30 de abril de 2023 consolidaram a abertura de 6.285 novas contas universitárias no ano, sendo que 34% delas pelo app e 66% feitas de forma presencial, na Região Metropolitana de Porto Alegre e no interior do Estado. Tais números apontam uma mudança de comportamento desses novos clientes. Em relação ao mesmo período do ano anterior, houve um crescimento de abertura de contas Universitárias pela agência digital (app), e a diminuição daquelas feitas em agências físicas, respectivamente com indicadores de 31% e 69%.

Referendo do cliente

Atesto que é verdadeiro o Relato de Soluções de Problemas de Comunicação, campanha "Conta Universitária" executado pela agência Pública Comunicação Ltda. (Moove).



Banco do Estado do Rio Grande do Sul S.A – BANRISUL

CNPJ: 92.702.067/0001-96

Rua Capitão Montanha, 177 – Porto Alegre – RS

Nome: Vannice Arrais Ramos RG: 9061866209 – SSP/RS

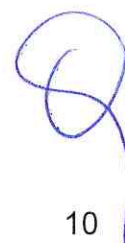
Cargo: Superintendente Executiva



Responsável pela elaboração do case

Nome: Marlene Martinez – RG 5023305914 – SSP/RS

Cargo: Planejamento Sênior – Pública Comunicação



Fichas técnicas das cinco (5) peças da campanha “Conta Universitária Banrisul”:**Peça 1 – Filme para televisão – no pendrive****Ficha técnica****Agência:** Pública Comunicação**Cliente:** Banrisul Pagamentos**Formato:** 30”**Título:** “Conta Universitária Banrisul”**Data de produção:** março/2023**Data de veiculação:** abril-maio/2023**Veículos que divulgaram:** RDCTV, Ulbra TV**Indicação sucinta do problema de comunicação:** No filme para televisão, desenvolvido em animação, apresentam-se os benefícios da conta universitária e uma demonstração do aplicativo em uso.**Peça 2 – Spot – no pendrive****Ficha técnica****Agência:** Pública Comunicação**Cliente:** Banrisul Pagamentos**Formato:** 30”**Título:** “Conta Universitária Banrisul”**Data de produção:** março/2023**Data de veiculação:** abril-maio/2023**Veículos que divulgaram:** 104FM, Alegria, Atlântida, Continental, Guaíba AM/FM**Indicação sucinta do problema de comunicação:** O spot, direcionado para as rádios com públicos jovens, apresenta as soluções da Conta Universitária e seus principais benefícios.**Peça 3 – Vinheta DOOH – no pendrive****Ficha técnica****Agência:** Pública Comunicação**Cliente:** Banrisul Pagamentos**Formato:** 10” (800x600 px)**Título:** “Conta Universitária Banrisul”**Data de produção:** março/2023**Data de veiculação:** abril-maio/2023**Veículos que divulgaram:** Ativa, MídiaLand**Indicação sucinta do problema de comunicação:** A vinheta digital sem áudio, com veiculação nos principais pontos de convivência dos universitários em Porto Alegre, apresenta de forma simples e enfática o aplicativo e faz a chamada para abertura de conta.

Peça 4 – Card WhatsApp

Ficha técnica

Agência: Pública Comunicação

Cliente: Banrisul Pagamentos

Formato: 1080 x 1920 px

Título: “Conta Universitária Banrisul”

Data de produção: março/2023

Data de veiculação: abril-maio/2023

Plataforma que divulgou: WhatsApp

Indicação sucinta do problema de comunicação: Com envio direto para base de clientes do Banrisul, o card de WhatsApp apresenta as facilidades e benefícios da Conta Universitária, direcionando para o site com mais informações.

banrisul

Vem que sua conta universitária tá on.

- Abertura 100% digital
- Sem tarifa mensal
- Cashback de até R\$ 60

Como ganhar cashback de R\$ 50:

- Abertura de conta com limite.
- Emissão de cartão de crédito.
- Gasto mínimo de R\$ 100 no cartão de crédito.
- Cadastro de chave Pix.

Bônus:

Ganhe bônus de R\$ 10 trazendo seus dados de outra instituição financeira via Open Finance. Faça o pedido direto no app, no menu Open Finance > Novo Consentimento.

R\$ 50,00 **R\$ 10,00**

Saiba mais em banrisul.com.br/contauniversitaria

Peça 5 – Story Instagram**Ficha técnica****Agência:** Pública Comunicação**Cliente:** Banrisul Pagamentos**Formato:** 1080 x 1920 px**Título:** “Conta Universitária Banrisul”**Data de produção:** março/2023**Data de veiculação:** abril-maio/2023**Plataforma que divulgou:** WhatsApp

Indicação sucinta do problema de comunicação: O story desenvolvido com o intuito de remarketing no Instagram, impactava clientes que já entraram em contato com o produto mas ainda não abriram a conta. A peça reforça os benefícios de cashback e cria um senso de urgência.

banrisul

Você vai mesmo perder R\$ 60 de cashback?

Abra sua Conta Universitária de forma **100% digital**, sem tarifa mensal e, participando da promo, ganhe até **R\$ 60 de cashback**.

Abra sua conta pelo app

6

Peças eletrônicas dos Relatos incluídas no pendrive:

Assembleia Legislativa do RS

Filme para televisão - 30"
Spot para rádio - 30"

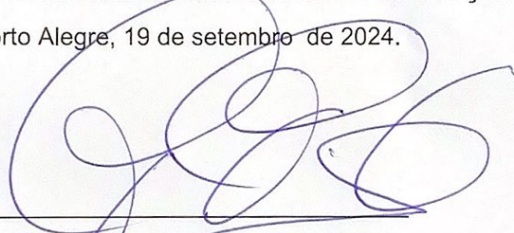
Banrisul

Filme para televisão - 30"
Spot - 30"
Vinheta DOOH - 10"



Encerramento do caderno Relatos de Soluções de Comunicação.

Porto Alegre, 19 de setembro de 2024.



José Luiz Monteiro Fuscald
Sócio Administrador
Pública Comunicação Ltda.
CNPJ: 05.214.451/0001-45
RG: 2006004366
CPF 334818900-44

05.214.451/0001-45

PÚBLICA COMUNICAÇÃO LTDA.

Av. Carlos Gomes, 141/605
Auxiliadora - CEP 90480-003
PORTO ALEGRE - RS

