



## **Publicidade Digital Desenvolvida para a Campanha de Combate ao Sedentarismo no Público Jovem<sup>1</sup>**

Adriane AUDI<sup>2</sup>  
Carolina PERENCIN<sup>3</sup>  
Francislene LODDE<sup>4</sup>  
Julia Lourenço FREITAS<sup>5</sup>  
Magdiel Alves da SILVA<sup>6</sup>  
William LEONE<sup>7</sup>  
Fabiano PEREIRA<sup>8</sup>

Universidade de Metodista de Piracicaba, Piracicaba, SP

### **Resumo**

Seja Mobile por Inteiro. Pratique esportes. é uma campanha de cunho social, criada com o propósito de engajar o público-alvo à prática de exercícios por meio da utilização da própria tecnologia que é um fator relevante no aumento do sedentarismo. Nosso colaborador é o Canal Futura que apóia a campanha por ser uma entidade comprometida com o bem-estar social e procura levar ao público informação para construção de uma sociedade com qualidade de vida.

### **Palavras-Chave**

Sedentarismo; esporte; tecnologia; redes sociais; saúde.

### **Introdução**

O Canal Futura é um projeto social de comunicação, de iniciativa privada e de interesse público. Uma TV educativa, atrativa, que trabalha com redes sociais, mobiliza comunidades e instituições sociais; atua colocando em conexão pessoas, ideias, redes e instituições. Transmite valores e informações úteis ao cotidiano da população, vinte e quatro horas por dia, todos os dias. Alcança crianças, jovens, famílias e trabalhadores. Cria uma linguagem plural para abordar temas de importância e interesse coletivo. Fala de saúde, trabalho, juventude, educação, meio ambiente e cidadania. Um aliado do brasileiro na busca da construção de uma vida melhor.

<sup>1</sup>Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2011, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Publicidade Digital Virtual.

<sup>2</sup>Estudante do 7º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Metodista de Piracicaba. E-mail: audi\_adriane@hotmail.com

<sup>3</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Metodista de Piracicaba. E-mail: carolperencin@gmail.com

<sup>4</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Metodista de Piracicaba. E-mail: franlodde@hotmail.com

<sup>5</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Metodista de Piracicaba. E-mail: julialfreitas@hotmail.com

<sup>6</sup>Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Metodista de Piracicaba. E-mail: madsonline@gmail.com

<sup>7</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Metodista de Piracicaba. E-mail: uiioo\_leo@hotmail.com

<sup>8</sup> Docente da Faculdade de Comunicação Social nas áreas de mídias digitais e produção multimídia. Orientador do trabalho. E-mail: [fpereira@gmail.com](mailto:fpereira@gmail.com)



No Canal Futura, o público interage com a programação, trabalhando os conteúdos e aplicando-os ao seu dia-a-dia: diferentes grupos sociais ampliam seu diálogo e articulação locais; pessoas e grupos expandem suas capacidades comunicativas, exercitando novas formas de falar de si mesmos e com os outros. Novas gerações participam da criação de uma linguagem televisiva, na qual a pluralidade dos segmentos sociais se manifesta.

Preocupado com o resultado de pesquisas recentes sobre o comportamento jovem x sedentarismo, o canal Futura apresentou um desafio para informar e engajar este público por meio de uma ação diferenciada que tem como objetivo trazer melhoria na qualidade de vida do jovem brasileiro.

### **Objetivo**

Chamar atenção do público-alvo que leva uma vida sedentária para os riscos saúde que essa rotina pode causar e mostrar que o esporte e a prática de exercícios físicos promovem o convívio e o relacionamento social de uma forma muito positiva.

Mostrar os benefícios que o esporte pode trazer para a vida desses jovens e utilizá-lo como ferramenta para a disseminação dessa mensagem por meio de mídias sociais, convidando o jovem a fazer parte deste movimento e convencendo-o que isso é algo interessante e divertido.

### **Justificativa**

Detectamos nas pesquisas citadas, que entre os jovens da chamada geração y, uma das principais causas do sedentarismo é a utilização excessiva da tecnologia (games, internet, TV, transporte), aliada a fatores como a adoção de uma alimentação inadequada (produtos industrializados, falta de uma rotina alimentar adequada).

Segundo o artigo *Saúde e Desporto, de Helena Lapas*, o estilo de vida cada vez mais sedentário, aliado ao uso crescente da tecnologia na vida cotidiana estão a causar altos níveis de inatividade entre pessoas de todas as idades em todo o mundo.

*“Os que não encontram tempo para exercícios terão que encontrar tempo para as doenças” Edward Derby.*

Por outro lado, os jovens sedentários, na maioria, são muito bem informados e tem noção dos riscos que ele corre, porém, não fazem nada para mudar este quadro, pois como de costume, o jovem acha que esses problemas não são o caso deles e que nunca poderão atingí-lo. Acreditamos que a utilização de recursos informativos e de engajamento, integrado a uma linguagem correta, e aplicados nas mídias em que este público está inserido, pode trazer resultados significativos, tendo em vista que é uma prática comum do público-alvo estar ativamente conectado com ferramentas digitais.



### **Métodos e Técnicas**

Criamos uma relação entre a mobilidade corpórea e a mobilidade tecnológica. Fizemos com que os benefícios produzidos pelo esporte fossem compartilhados por meio das relações chamadas “mobiles”.

A ideia foi convidar o jovem a fazer parte de um movimento e convencê-lo que sua participação só pode trazer benefícios para a sua saúde e também para o convívio social.

### **Descrição do Produto ou Processo**

Criamos um slogan para identificação da campanha:

*Seja mobile por inteiro. Pratique esportes.*

Produzimos algumas ferramentas para atuação nas redes sociais, como um quiz onde o participante faz um teste para descobrir se possui hábitos que contribuam para o sedentarismo e possibilitamos o compartilhamento deste resultado nas redes sociais para que a campanha tenha uma propagação viral.

Criamos um concurso cultural onde o participante documenta, através de vídeo, métodos de exercícios físicos utilizando equipamentos tecnológicos. Os melhores vídeos com as melhores idéias serão premiados.

A plataforma base da campanha é um website em formato de blog, para a divulgação e cadastro para participação no concurso, com muita informação relevante aos interessados em técnicas e dicas para combater o sedentarismo e a divulgação dos vídeos enviados.

Produzimos dois (2) vídeos para divulgação da campanha sendo 1 de 30” e outro de 15” para veiculação nas mídias sociais e online stores (xBox-live BR, Apple iAd, Android Market).

O objetivo principal dos vídeos foi mostrar que o sedentarismo pode influenciar nas relações sociais e na vida de forma geral, e que, com de pequenas mudanças de hábitos, este quadro pode ser alterado.

O primeiro vídeo mostra a enorme dificuldade de um jovem para entrar em um elevador, devido a um grande notebook que está integrado ao seu corpo. Buscamos, com esta metáfora, demonstrar que a obesidade também é um dos problemas causados por hábitos sedentários e pode causar várias conseqüências negativas no cotidiano.

O segundo vídeo tem como objetivo destacar os problemas com os hábitos alimentares, no qual um personagem prepara uma sopa de letrinhas. As letras são, na verdade, teclas retiradas de um teclado.



## **Considerações Finais**

Foram utilizadas mídias que pudessem atingir o público-alvo de maneira eficaz e criativa. Além da preocupação quanto ao entretenimento, já que se trata de público formado essencialmente por jovens, há a dificuldade de atingir a atenção pela característica inquieta desse consumidor, presente virtualmente em diversos lugares ao mesmo tempo, e dividindo sua atenção com mais de um tema.

A internet, com enfoque principal nas mídias sociais, traz a possibilidade de comunicação rápida e ágil com baixo custo. Foi, por isso, definida como principal plataforma de mídia para o destaque da campanha apresentada.

A produção desta campanha colaborou para que nós, integrantes e participantes deste trabalho, questionássemos nossos hábitos e a relação com a tecnologia que nos coloca nesta "nova era" e seus novos costumes, dos quais todos somos reféns.

Esperamos, com esta ação, contribuir para a melhoria da qualidade de vida da população em geral, com foco principal nos jovens, gerando um contraponto aos grandes problemas que a era da informação causa na geração em questão.

## **Bibliografia**

ADOLPHO. Conrado; **Google Marketing**; Ed. Novatec, 2010.

COSTA. Gouveia, Daniel; **Comunicações Multimídia na Internet: da Teoria à Prática**; Ed. Ciência Moderna, 2007.

HALLAL. Curi, Pedro; BERTOLDI. Dâmaso, Andréa; GONÇALVES. Helen; VICTORIA. Gomes, Cesar; **Prevalência de Sedentarismo e Fatores Associados em Adolescentes de 10-12 Anos de Idade**; Cad. Saúde Pública, Rio de Janeiro, 22(6):1277-1287, jun, 2006

JOBIM. Solange; **Tecnologias e Modos de Ser no Contemporâneo**. Ed. Puc, 2010.

LUCCHESI. Fernando; **Desembarcando o Sedentarismo**. Ed. L&PM, 2003.

RAMADA. Orlando; **Seja Sedentário com Saúde**; Above Publicações, Setembro, 2010.