

Tipo de organização

Empresa de médio porte, com nome/razão social: in.Pacto Comunicação Corporativa e Digital SS.

ENDEREÇO: Setor de Autarquias Sul (SAUS) , Quadra 05, Bloco N, Edifício OAB, 9º andar, Salas 901 a 921 – Asa Sul - Brasília/DF

CEP: 70.070.913

TELEFONE: 61 2107 9300

CNPJ/MF: 26.428.219/0001-80

INSCRIÇÃO ESTADUAL OU MUNICIPAL: 07.322.171/001-40

Campanha de Comunicação do Conselho de Química auxilia população do RS no pós-enchentes

Sinopse

Em resposta às enchentes que afetaram o Rio Grande do Sul em 2024, a Agência in.Pacto desenvolveu uma campanha de comunicação para o CFQ com o intuito de mitigar riscos à saúde pública. A ação incluiu a "Cartilha de Enchentes", vídeos, podcasts e parcerias com órgãos governamentais. Com uma abordagem lúdica, a campanha engajou a população, impulsionando a reputação do CFQ e dos profissionais.

Contexto

No final de 2023 e no primeiro semestre de 2024, o estado do Rio Grande do Sul foi fortemente impactado por enchentes que afetaram diversas regiões, trazendo destruição material, e graves riscos à saúde pública. Um estudo do Ipea, divulgado

em julho de 2024, revelou que aproximadamente 876.200 pessoas, distribuídas em 420.100 domicílios (representando 8,8% da população e dos lares), tiveram suas moradias diretamente afetadas por enchentes e deslizamentos em 418 municípios do estado.

Diante dessa crise, o Conselho Federal de Química (CFQ), com o apoio estratégico da agência In.Pacto, liderou uma campanha de comunicação eficiente voltada à prevenção de doenças e à mitigação dos impactos das enchentes. A campanha foi focada tanto no público externo (população atingida) quanto interno (profissionais da Química e parceiros), utilizando uma abordagem educativa e acessível por meio de diferentes plataformas de mídia.

A principal dificuldade da campanha foi traduzir temas complexos, como o controle de pragas e vetores urbanos pós-enchentes, de forma que a população afetada pudesse entender e aplicar as orientações. Além disso, era necessário engajar profissionais da Química em ações de suporte técnico, garantindo que o conteúdo científico fosse apresentado de maneira simplificada sem perder sua base acadêmica. A campanha também buscou sensibilizar o público sobre os riscos de contaminação, a importância da correta higienização e o uso seguro de saneantes, especialmente em um momento em que a saúde pública estava em risco.

Objetivos

Informar e proteger a população: divulgar orientações práticas sobre como agir durante e após as enchentes, com foco na prevenção de doenças causadas por vetores e pragas.

Engajar Profissionais da Química: envolver a comunidade Química nas ações de suporte, oferecendo orientação técnica e prática para o controle de pragas e o uso correto de produtos químicos.

Ampliar o alcance da comunicação: utilizar múltiplas plataformas, incluindo redes sociais, podcasts e eventos, para garantir que as mensagens chegassem a um público amplo e diverso.

Cronograma e estratégia (2023-2024)

A campanha foi baseada na criação e disseminação da "Cartilha de Enchentes", em parceria com entidades como a Associação dos Controladores de Vetores e Pragas Urbanas (APRAG), a Associação Brasileira das Indústrias de Produtos de Higiene e Limpeza (ABIPLA) e o Sindicato das Empresas de Controle de Vetores e Pragas Urbanas do Estado de São Paulo (SINDPRAG). A primeira versão, lançada em fevereiro de 2022, foi complementada com uma nova edição em novembro de 2023, focada no controle de pragas e vetores em áreas afetadas pelas enchentes.

Para garantir a disseminação eficaz dessas orientações, a in.Pacto, atendendo ao CFQ, utilizou uma série de estratégias de comunicação integrada:

- **Redes Sociais:** uma série de 12 postagens em formato de cards estáticos, com desdobramentos das cartilhas, foi publicada nas redes do CFQ, incluindo Instagram, LinkedIn, Facebook e Twitter (X). Também foram divulgados posts direcionados para canais de doação do Rio Grande do Sul, além da elaboração e publicação de outros 17 conteúdos em formato de animação, audio card e vídeo-depoimento, nas plataformas do Instagram, TikTok e YouTube/Shorts, totalizando mais de 60 mil visualizações.
- **Conteúdo educacional lúdico:** O conteúdo foi adaptado para linguagem de quadrinhos, por meio de uma identidade visual criada em formato de ilustração, em que uma personagem chamada Jamila ajuda a passar as orientações de forma clara e divertida, com informações técnicas e dicas de cuidados validados por profissionais da área da Química.

- **Parcerias estratégicas:** as colaborações com o Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional, a Defesa Civil e a Marinha do Brasil garantiram a ampliação do alcance da campanha, com mais de 30 mil pessoas impactadas diretamente pelas publicações conjuntas. Essas instituições governamentais apoiaram a disseminação do material e participaram de postagens colaborativas com o CFQ.
- **Alcance de mídia:** a segunda edição da Cartilha foi mencionada em mais de 43 reportagens, com uma valoração estimada em R\$ 1.4 milhão.
- **Rádio e Podcast:** Foram produzidos episódios do "QuimCast", que foram transmitidos em rádios locais do Rio Grande do Sul e em todo o Brasil, levando informações para áreas com maior vulnerabilidade. Os episódios também foram publicados em plataformas de áudio, como Spotify, SoundCloud, YouTube e Apple Podcasts.
- **Eventos e divulgação:** O material também foi divulgado em feiras e congressos, como a Expoprag 2023 e a 2024, onde a cartilha foi compartilhada com profissionais que atuam no controle de pragas, estudantes e demais participantes.
- **Continuidade:** Frente ao prolongamento das consequências das fortes chuvas e enchentes, bem como a necessidade de prevenção a possíveis retornos, está em elaboração um terceiro volume da cartilha, também contendo informações e dicas pertinentes para auxiliar a sociedade, especialmente nos cuidados com a água contaminada.

Equipe envolvida

No total, 40 profissionais atuaram de forma direta e indireta para a elaboração de todos os produtos da campanha, com um trabalho 360º entre núcleos de imprensa, redes sociais, monitoramento, design, audiovisual e podcasts.

EQUIPE CFQ

THAISE MORAES

Cargo/função: account manager da conta / atendimento ao cliente

MARINA NOGUEIRA BÁRTHOLO

Cargo/função: scrum master da conta / jornalista / estrategista digital

IMPRENSA

ELLO ROMANIN

Cargo/função: coordenador de assessoria de imprensa

ADRIANA BOTELHO

Cargo/função: assessoria de imprensa/proativos

ADRIANO MACHADO BARCELOS

Cargo/função: jornalista/atendimento de demandas do CFQ

EMANUELLY FERNANDES

Cargo/função: jornalista/assessoria de imprensa / contatos proativos para o CFQ

LANDARA LIMA

Cargo/função: jornalista/assessoria de imprensa / contatos proativos para o CFQ

LUCIANA ALVES RIBEIRO

Cargo/função: jornalista (contatos proativos com veículos de comunicação – especialmente rádios)

REDES SOCIAIS

ANA LUIZA FELIX GOMES

Cargo/função: coordenadora de redes sociais

JEFFERSON SANTOS

Cargo/função: relatórios de redes sociais

KAIQUE PALOSCHI VIEIRA

Cargo/função: produção de conteúdo digital

MARIA EDUARDA FERREIRA DE JESUS

Cargo/função: social media

RUITER MORAIS

Cargo/função: consultor técnico de Química

VICTÓRIA CÔRTEZ VASCONCELLOS

Cargo/função: analista de redes sociais

DESIGN

GABRIEL MEDEIROS

Cargo/função: designer

PEDRO CAMPOS

Cargo/função: designer

RAÍSSA THAYLA

Cargo/função: designer gráfico

AUDIOVISUAL

MARINA COSTA LOPES

Cargo/função: videomaker

VICTOR HUGO CAMPOS LEOTI

Cargo/função: videomaker

EQUIPE DE APOIO E ORIENTAÇÃO ESTRATÉGICA

ADALBERTO LIMA

Cargo/função: editor de som

DAVID ADIALA JUNIOR

Cargo/função: webdesigner

DEBORAH FORTUNA

Cargo/função: roteirista e podcaster

FRANCISCA RODRIGUES MAGALHÃES COSTA

Cargo/função: head de Design

HENRIQUE JASPER

Cargo/função: roteirista e podcaster

JERÔNIMO GONZALES

Cargo/função: fotógrafo

JOÃO MARCUS ERRE FELIX

Cargo/função: ilustrador

LUIZA BARUFI

Cargo/função: head de Podcast

MARIANA CAROLINA ANTUNES LOPES

Cargo/função: fotógrafa

RAFAEL CARVALHO ADRIANO

Cargo/função: atendimento ao cliente e acompanhamento das ordens de serviços

RAFAEL SEVERO DE AZEVEDO

Cargo/função: analista de redes sociais - monitoramento e análise BI

RODRIGO PONCINELLI

Cargo/função: head de Audiovisual

THIAGO TOMAZ

Cargo/função: head de Digital

DIRETORIA

KLÉCIO SANTOS

CEO da Holding in.Pacto

VITOR FORTES

CFO da Holding in.Pacto

DANIELLE ZANCHETTA

Cargo Função: CEO in.Pacto

DIEGO QUEIJO

Cargo/função: COO da in.Pacto

CLAUDIA BUONO

Cargo/função: diretora de Gestão e Relacionamento

CAIO ANTUNES DOS PASSOS

Cargo/função: diretor de Audiovisual

ERICA ABE

Cargo/função: diretora de Monitoramento e BI

LEONARDO DALLA ROSA

Cargo/função: diretor de Digital

Conclusão

Com a campanha de comunicação desenvolvida para o CFQ, mostramos como uma abordagem integrada, fundamentada em ciência e comunicação acessível, pode engajar diversos públicos e gerar resultados impactantes. Ao educarmos a população sobre os riscos das enchentes e oferecer soluções práticas de prevenção e controle de doenças, contribuímos diretamente para a saúde pública e ajudamos a mitigar os impactos das enchentes no Rio Grande do Sul.

Essa iniciativa nos posiciona como líderes na comunicação de temas técnicos e científicos de forma acessível e criativa, sempre comprometidos com inovação e responsabilidade.