



APAE  
DE SÃO PAULO

#IRPROMUNDO



*“É preciso romper com a visão segmentada e assistencialista sobre a pessoa com deficiência”*

**Aracélia Costa, superintendente-executiva da APAE DE SÃO PAULO**

# APAE DE SÃO PAULO

A **APAE DE SÃO PAULO** é uma Organização da Sociedade Civil, sem fins lucrativos, que promove o **diagnóstico**, a **prevenção** e a **inclusão** da pessoa com Deficiência Intelectual, produzindo e difundindo conhecimento. Há 56 anos, atua desde o nascimento ao processo de envelhecimento, propiciando o desenvolvimento de habilidades e potencialidades que favoreçam a escolaridade e o emprego apoiado, além de oferecer assessoria jurídica às famílias acerca dos direitos das pessoas com Deficiência Intelectual.

Pioneiro no Teste do Pezinho no Brasil e credenciado pelo Ministério da Saúde como Serviço de Referência em Triagem Neonatal, o Laboratório da APAE DE SÃO PAULO é o maior da América Latina em exames realizados. Por meio do Instituto de Ensino e Pesquisa APAE DE SÃO PAULO, a Organização gera e dissemina conhecimento científico sobre Deficiência Intelectual com pesquisas e cursos de formação. Os principais pilares da Organização são **Prevenção** e **Diagnóstico**, **Assistência** e **Qualidade**, **Geração** e **Disseminação de Conhecimento** e **Defesa** e **Garantia de Direitos**.

# Cenário e objetivos

Em 4 de abril de 2016 a APAE DE SÃO PAULO comemoraria 55 anos. A CDI Comunicação Corporativa, empresa do Grupo CDI - Comunicação e Marketing e a agência responsável pela comunicação institucional da Organização desde 2013, decidiu criar um filme comemorativo para veiculação nas redes sociais, cujo foco era mostrar à sociedade o trabalho diferenciado da APAE DE SÃO PAULO e como ela entende que a pessoa com Deficiência Intelectual deve estar inserida na sociedade.

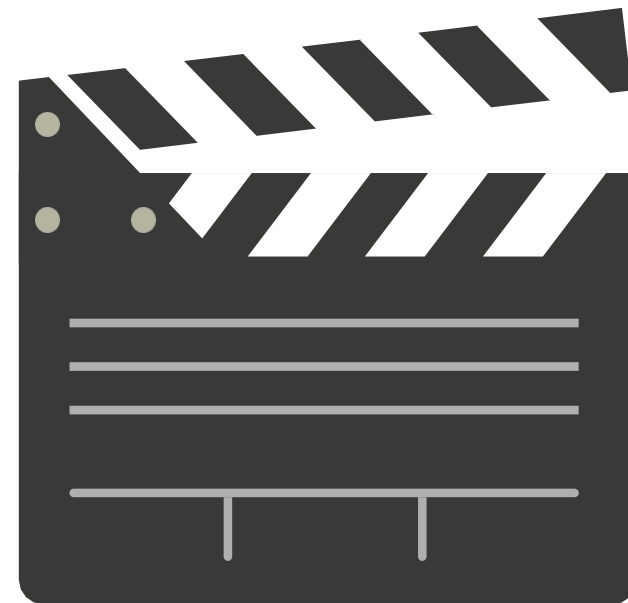
A APAE DE SÃO PAULO apoia essas pessoas a conquistarem seus espaços no mundo, desenvolvendo-se como indivíduos e como cidadãos. E trabalha para que a pessoa com Deficiência Intelectual seja cada vez mais independente e a Organização esteja cada dia mais longe do seu dia a dia.



# A concepção do filme

Para a criação do filme / campanha, a CDI Comunicação Corporativa convidou o roteirista Jeffis Carvalho e o diretor Guimel Salgado, da SAL GROSSO, de São Paulo (SP), para fazerem parte do time que conceberia o projeto, com início em outubro de 2015. O lançamento nas redes sociais seria feito em 4 de abril, aniversário da Organização.

A visão diferenciada da APAE DE SÃO PAULO e o artigo **O papel das Organizações Sociais na Inclusão Social das Pessoas com Deficiência**, publicado na edição nº 7 da Revista Deficiência Intelectual, da Organização, definiram a base do trabalho que seria desenvolvido.



# O Roteiro

*As nossas salas,*

*...os nossos corredores,*

*...os nossos ambientes...*

*(Todos) vazios... Sabe por quê?*

*Porque a gente quer lembrar para você que a pessoa com Deficiência Intelectual também é como cada um de nós: está na vida para o que der e vier.*

*E há tanta vida lá fora... (depoimentos de pessoas com Deficiência Intelectual)*

*A pessoa com Deficiência Intelectual tem todo nosso apoio, mas é para ir para a vida que a gente quer apoiá-la. Afinal, as coisas estão no mundo e a gente só precisa aprender.*

*A APAE DE SÃO PAULO atua para fazer com que cada uma dessas pessoas se desenvolva como indivíduo e se torne um cidadão.*

# A ampliação da ideia inicial

Dado o entusiasmo pelo filme que assinaria a campanha nas redes sociais, a equipe envolvida em sua produção e a própria APAE DE SÃO PAULO se mobilizaram para que, mesmo sem orçamento, #irpromundo pudesse alcançar a sociedade em outras plataformas.

A equipe de Marketing da Organização levantou a história dos personagens que participaram do filme e Guimel Salgado, ao gravar as cenas, fotografou os personagens para a produção de peças publicitárias criadas pela SAL GROSSO, com textos da CDI Comunicação Corporativa. Ao time voluntário se somou Lua Nova, que compôs a trilha do filme e produziu spot de rádio. Por fim, a SAL GROSSO editou o filme em formatos diferenciados para atender às emissoras de TV, que cederam espaço à campanha.

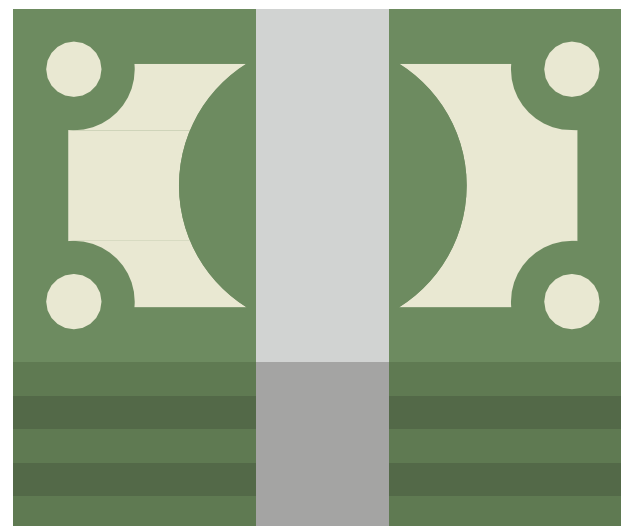


# Orçamento

A CDI Comunicação Corporativa, o roteirista Jeffis Carvalho, a SAL GROSSO, o Mateus Solano, a Lua Nova e o Colégio Dante Alighieri, cenário do filme, nada cobraram para a realização do trabalho.

Para a produção de toda campanha foram gastos apenas R\$ 1 mil, destinados à formatação do vídeo para algumas emissoras de TV.

O impulsionamento dos conteúdos digitais, via mídia no Facebook e YouTube, custou menos de R\$ 5.000,00.



# Peças da campanha

A SAL GROSSO produziu fotos dos personagens e a CDI Comunicação Corporativa criou os textos das peças que apoiaram a campanha digital e que foram publicadas na mídia impressa.



**ARTUR VAI PARA O MUNDO**

Artur Pinto da Silva, 35 anos, trabalha como auxiliar administrativo e é craque no tênis. Também pratica ioga e toca flauta. Os finais de semana são para namorar.

Assim como outras pessoas com Deficiência Intelectual, ele tem todo apoio da APAE DE SÃO PAULO para fazer o que mais gosta, se desenvolver como indivíduo e se tornar um cidadão.

Apoiamos pessoas a #IrPromundo

APAE 55 ANOS

#IRPROMUNDO

Assista o filme da campanha em: [Youtube.com/ApaeDeSaoPaulo](https://www.youtube.com/ApaeDeSaoPaulo)

SAL GROSSO



**THIAGO VAI PARA O MUNDO**

Thiago Lopes, 33 anos, faz aula de música, pratica natação, mas o que mais gosta, mesmo, é de pintar.

Assim como outras pessoas com Deficiência Intelectual, ele tem todo apoio da APAE DE SÃO PAULO para fazer o que mais gosta, se desenvolver como indivíduo e se tornar um cidadão.

Apoiamos pessoas a #IrPromundo

APAE 55 ANOS

#IRPROMUNDO

Assista o filme da campanha em: [youtube.com/apaeDesaopaulo](https://www.youtube.com/apaeDesaopaulo)

GRUPO CDI | SAL GROSSO

# Resultados

**232,4 mil visualizações**

de vídeos (entre Facebook e Youtube, vídeo principal e teasers)

**1,2 milhão de pessoas alcançadas**

pelos posts e vídeos no Facebook

**46.230 curtidas**

nos posts e vídeos

**4.129 compartilhamentos**

**24.849 cliques**

nos posts, imagens e links

Principais resultados das ações de RP Digital, relacionamento com influenciadores: público potencial de 26,4 milhões de seguidores (soma dos perfis de todos que postaram).

Principais resultados de divulgação na imprensa: 30 matérias em veículos de relevância como TV Globo, O Estado de S. Paulo e Meio & Mensagem, que correspondem a um retorno de mídia de R\$ 1.182.438,00.