



**12º Simpósio de Ensino de Graduação**

**CONCEITO CRIATIVO E ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO**

**Autor(es)**

---

DÉBORAH CECCATTO  
FELIPE VASZATTE  
THAÍS MOURA  
LUCAS CAPRETZ  
NÚBIA RONCHISEL

**Orientador(es)**

---

ROSANA BORGES ZACCARIA

**Resumo Simplificado**

---

O aleitamento materno no Brasil é uma ação que precisa ser estimulada e esclarecida, pois é necessária a conscientização não só das mães que amamentam, mas também de familiares e de profissionais que as orientam antes e durante o período de lactação. A importância do leite materno é destacada pelo Ministério da Saúde, já que é fundamental tanto para a redução da mortalidade infantil, como para a qualidade de vida e a defesa das crianças contra uma série de doenças. Segundo o Portal Brasil, em 2013 foram doados 174.493 litros em todo o País. Em 2013, houve significativa redução no número de doadoras, quando foi constatada a participação de 159.952 doadoras contra 179.113 no ano anterior. Mesmo com a diminuição do número de doadoras, o volume de leite doado por cada mãe vem crescendo. Entre 2010 e 2013, houve um aumento de 12% no total de recém-nascidos atendidos, chegando a 177.450. É importante ressaltar que um litro de leite pode atender até 10 recém-nascidos internados, normalmente bebês prematuros e de baixo peso. Mesmo com a queda no número de doadoras, o Brasil é atualmente referência mundial na doação de leite humano, pois possui a maior e mais complexa rede de banco de leite do mundo. Quando se trata de doação, essa questão ainda é muito sutil. Infomar e esclarecer os públicos-alvo requer cuidado e informações do campo da saúde. Em Piracicaba, o Banco de Leite Humano, vinculado ao Hospital Fornecedores de Cana, desenvolve atividades de auxílio e orientação às mães desde 2006. Atualmente, coleta 28 litros de leite por mês, 72% a menos que sua necessidade real para esse período. Para reverter essa situação, a agência Alquimia realizou uma campanha publicitária no sétimo semestre do curso de Publicidade e Propaganda da Unimep através de um projeto multidisciplinar do curso. Os objetivos deste trabalho são: tornar o BLH - Banco de Leite Humano mais conhecido pelo serviço prestado em Piracicaba; aumentar a litragem de leite materno através de doações espontâneas; conscientizar sobre a importância deste tipo de doação e destacar a palavra compartilhar como eixo do conceito criativo. Para tanto, utilizou-se de uma pesquisa quantitativa com 50 mulheres de 18 a 50 anos de Piracicaba e região para verificar motivos pelos quais essas mulheres doam ou não, o leite materno e o sentido dessa doação. A partir da pesquisa houve sessões de brainstorm para indicar o planejamento e o conceito criativo. A pesquisa apontou falta de informação, de tempo e a própria falta de leite o que resultou no destaque da palavra compartilhar para que a campanha fosse facilmente entendida no ambiente digital e essas informações acessadas rapidamente. O tema “Eu compartilho meu leitinho” inspirou-se na simplicidade do universo infantil em tons de azul e rosa e foi utilizado em material impresso (cartazes, folheto, jornais e revistas), mídia social (facebook/video institucional de 30 segundos) e ações promocionais/palestras. Como conclusão pode-se perceber que o apelo da campanha foi bem sucedido, pois evocou os sentimentos maternos do público-alvo e a consequente vontade de ser solidário para com os bebês que não obtinham o leite materno necessário para seu desenvolvimento.