

**CENTRO DE EDUCAÇÃO SUPERIOR CESREI LTDA
CESREI FACULDADE
CURSO DE GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

**HENRIQUE HERMÍNIO DE ALBUQUERQUE
JOCTÃ CARLOS DA SILVA FERREIRA
MARCELLO RANNAY ANDRADE GAMA**

**CAMPANHA PUBLICITÁRIA PARA O HOSPITAL E MATERNIDADE DOUTOR
ANTÔNIO LUIZ COUTINHO, DA CIDADE DE POCINHOS – PB**

**CAMPINA GRANDE - PB
2023**

**HENRIQUE HERMÍNIO DE ALBUQUERQUE
JOCTÃ CARLOS DA SILVA FERREIRA
MARCELLO RANNAY ANDRADE GAMA**

**CAMPANHA PUBLICITÁRIA PARA O HOSPITAL E MATERNIDADE DOUTOR
ANTÔNIO LUIZ COUTINHO, DA CIDADE DE POCINHOS – PB**

Trabalho de Conclusão de Curso, na modalidade Campanha Publicitária, apresentado à Coordenação do Curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, pela referida instituição.

Orientador: Prof. Dr. Adelino Pereira da Silva.

**CAMPINA GRANDE - PB
2023**

A345c Albuquerque, Henrique Hermínio de.

Campanha publicitária para o Hospital e Maternidade Doutor Antônio Luiz Coutinho, da cidade de Pocinhos-PB / Henrique Hermínio de Albuquerque, Jockã Carlos da Silva Ferreira, Marcello Rannay Andrade Gama. – Campina Grande, 2023.
69 f. : il. color.

Campanha Publicitária (Bacharelado em Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda) – Cesrei Faculdade – Centro de Educação Superior Cesrei Ltda., 2023.

"Orientação: Prof. Dr. Adelino Pereira da Silva".

Referências.

1. Campanha Publicitária. 2. Hospital e Maternidade Doutor Antônio Luiz Coutinho – Pocinhos-PB. 3. Estratégias de Comunicação. 4. Comunicação Visual e Audiovisual. I. Ferreira, Jockã Carlos da Silva. II. Gama, Marcello Rannay Andrade. III. Silva, Adelino Pereira da. IV. Título.

CDU 659.1(043)

**HENRIQUE HERMÍNIO DE ALBUQUERQUE
JOCTÃ CARLOS DA SILVA FERREIRA
MARCELLO RANNAY ANDRADE GAMA**

**CAMPANHA PUBLICITÁRIA PARA O HOSPITAL E MATERNIDADE DOUTOR
ANTÔNIO LUIZ COUTINHO, DA CIDADE DE POCINHOS – PB**

Aprovado em: 06/ 06/ 2023.

BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr. Adelino Pereira da Silva – CESREI Faculdade
Orientador



Prof. Esp. Urbano Vilar de Carvalho Júnior – CESREI Faculdade
1º Examinador



Prof. Me. Lênio Assis de Barros – CESREI Faculdade
2º Examinador

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Papai do Céu, como chamo carinhosamente meu Deus. Ele me fortalece, sustenta e nunca me deixa cair – se estou aqui hoje, devo agradecer antes de tudo e todos, a Ele, por nunca me desamparar. Foram inúmeras as vezes que as coisas estavam difíceis, não só na faculdade, mas em outras esferas, e quando vinha o desespero, a vontade de desistir do meu curso e de tudo, Ele me levantou, manteve em pé e sempre manterá. A ti, meu Eterno Pai, meu MUITO OBRIGADO!

Minha gratidão a Nossa Senhora, Minha Mãezinha do Céu, por estar sempre intercedendo por mim. Ademais, agradeço ao Meu Anjo da Guarda, São José, São João, São Bento, São Miguel, São Gabriel, São Rafael e todos os Santos, que sempre estão intercedendo por mim lá em cima.

À minha família, a qual tenho a honra de citar os nomes dos meus pais, Gilson e Magnalda, minha irmã Jéssica, minha avó Normélia, minha avó Francisca (em memória), meus sobrinhos Isabella e Gabriel, e meu cunhado Rodrigo. Vocês me deram apoio suficiente para estar aqui, mostrando que através dos estudos podemos vencer na vida – principalmente aqueles que não nascem privilegiados.

Mas, de forma justa, devo fazer um agradecimento especial a minha mãe, por ter sido a minha maior incentivadora nesta árdua missão de concluir minha graduação. Quando fui eleito vereador, fiz um agradecimento especial a painho, por ter sido essencial naquela conquista. Desta vez, faço um agradecimento especial a mainha, pois, desde o meu ensino fundamental, ainda no começo da minha vida estudantil, sempre estive se preocupando diuturnamente. Sempre perguntou se eu estava fazendo as atividades, estudando direito – muitas foram as vezes que estressei essa mulher por causa disso, rs.

Também agradeço a Rayla, minha querida namorada. Ela esteve comigo durante a maior parte desta graduação – e mesmo quando não estávamos juntos, a tinha em meus pensamentos, sobretudo quando estava fazendo os trabalhos acadêmicos, pois ela me ajudou bastante no início a manusear o Word, mostrando todas as regras da ABNT.

Aos demais familiares e amigos, que acreditaram no meu potencial e contribuíram, também, para a conclusão desta etapa.

Meu profundo agradecimento aos meus professores, não citando, neste momento, os nomes, para não pecar por omissão. Agradeço, de maneira conjunta, a todos, por terem contribuído significativamente para que eu pudesse me tornar alguém melhor, não só profissionalmente, mas humanamente, de modo geral.

Aos demais colaboradores da Cesrei Faculdade, por sempre terem me tratado muito bem, favorecendo, assim, o meu desenvolvimento na Instituição.

Agradeço aos amigos de curso – desde aqueles que estiveram comigo quando iniciei a graduação aos que estiveram até o fim desta etapa. Tenho em minha memória absolutamente todos, até aqueles que conviveram comigo esporadicamente.

Aos meus grandes amigos Rannay e Joctã, companheiros fiéis, que estiveram comigo desde o início do curso – e, agora, aqui estamos, juntos, firmes e fortes, concluindo este momento tão importante em nossas vidas. Tenham certeza que levarei vocês para sempre em minha memória e coração, meus amigos. Tenho em mente que nossa amizade continuará firmemente. Estamos juntos!

Agradeço, ainda, aqueles que contribuíram na construção desta campanha, fazendo questão de citar seus nomes: Keomas Teodosio (designer), Léo (videomaker), Demétrio Costa (diretor da agência Top Mídia), Vagner Henrique (designer), Elisabeth Feliciano (designer), Vanessa Diniz (designer), Diogo Silva (designer), Tiago Monteiro (poeta e influenciador), a Prefeita do município de Pocinhos-PB, Eliane Galdino, ao Deputado Adriano Galdino, a diretora do Hospital de Pocinhos, Jussara Souza, ao historiador Eduardo Araújo, professor Gilberto Mota, professor Fabiano Raposo, professora Cosma Ribeiro e a professora, coordenadora e “txia” Maria Zita.

Acima, falei que, naquele momento, não citaria o nome de algum professor, para não pecar por omissão. Mas, não poderia, de forma alguma, deixar de citar, o nome do meu querido professor e orientador Dr. Adelino Silva. Ele participou de todo o processo desta campanha publicitária, nos auxiliando, acalmando, dando forças. Desde o início da minha graduação, me identifiquei extraordinariamente com ele – fazendo questão de dizer que foi o professor que mais me trouxe ensinamentos. O tenho como um amigo. Meu muito obrigado, meu Mestre!

Por fim, agradeço a todos que fazem o Hospital e Maternidade Doutor Antônio Luiz Coutinho, especialmente, como já foi citado, a Prefeita Eliane Galdino e a diretora Jussara Souza, por terem contribuído na construção deste trabalho.

Henrique Albuquerque

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por tudo que me proporcionou até hoje, a minha esposa Alidiane Carlos que me incentivou a estudar e me deu força para eu não desistir, a minha mãe Josinete e meu pai Luiz por tudo que fizeram por mim. Ao meu orientador professor Dr. Adelino Silva que nos ajudou muito nesta conclusão de curso, como também durante todo o ciclo acadêmico. A professora Cosma que nos ajudou e orientou durante o Projeto I. Agradeço a coordenadora do curso, Professora Maria Zita, que tanto nos ajudou para chegarmos aqui. Ao coordenador Acadêmico, Professor Lênio Barros que tanto contribuiu em nossa formação, e aos professores do curso de publicidade da Cesrei Faculdade.

Por fim, quero agradecer aos meus amigos Henrique Albulquerque e Marcello Rannay, que desde o começo do curso estão juntos comigo e, com essa grande parceria, concluímos esta campanha publicitária (o tão esperado TCC), aos meus amigos que sofreram e ficaram felizes comigo durante esse período. Hoje posso dizer: sou publicitário de fato e de direito.

Joctã Carlos

AGRADECIMENTOS

Agradeço, em primeiro lugar, à Deus, que, por sua graça, fez com que meus objetivos fossem alcançados, durante todos os meus anos de estudos.

Aos meus pais, irmãos, amigos e minha noiva, Eloiza, que me incentivaram nos momentos difíceis e compreenderam a minha ausência enquanto eu me dedicava à realização deste trabalho.

Aos professores, pelas correções e ensinamentos que me permitiram apresentar um melhor desempenho no meu processo de formação profissional ao longo do curso, e em especial o professor Dr. Adelino Silva, por ter sido meu orientador e ter desempenhado tal função com dedicação e amizade – sou muito grato por todo apoio, paciência e por todo carinho.

A todos que participaram, direta ou indiretamente, do desenvolvimento deste trabalho de conclusão de curso, enriquecendo o meu processo de aprendizado.

Aos meus colegas de curso, com quem convivi intensamente durante esses últimos anos, pelo companheirismo e pela troca de experiências que me permitiram crescer não só como pessoa, mas também como formando – em especial Henrique e Joctã – criamos um grande vínculo de amizade e passamos juntos por tudo.

Por fim, à instituição de ensino Faculdade Cesrei, essencial no meu processo de formação profissional, pela dedicação e por tudo o que aprendi ao longo dos anos do curso.

Marcello Rannay

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1. EXPLANAÇÃO DO AMBIENTE E MERCADO DO CLIENTE	11
2. APRESENTAÇÃO DO <i>BRIEFING</i>	13
3. MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL	14
4. PLANEJAMENTO DA CAMPANHA PUBLICITÁRIA: ESTRATÉGIAS E CRONOGRAMAS DE VEICULAÇÃO	14
5. MEMORIAL DESCRITIVO DAS PEÇAS DA CAMPANHA PUBLICITÁRIA	17
5.1 MÍDIA ELETRÔNICA AUDIOVISUAL (VT)	17
5.2 MÍDIA ELETRÔNICA AUDITIVA	18
5.3 MÍDIA EXTERIOR (<i>OUTDOOR</i> , <i>BUSDOOR</i> , MOBILIÁRIO URBANO ETC)	18
5.4 MÍDIA GRÁFICA (CARTAZ, FOLDER, PANFLETO ETC)	19
4.5 MÍDIA DIGITAL DE BASE (<i>LAYOUT PARA SITE/HOTSITE/LANDINGPAGE</i>)	20
4.6 PERFIL DE REDE SOCIAL	20
4.7 CRIAÇÃO DE ROTEIRO/CONTEÚDO PARA INFLUENCIADORES	21
CONCLUSÃO	22
REFERÊNCIAS	23
APÊNDICE 1	25
APÊNDICE 2	28
APÊNDICE 3	42
APÊNDICE 4	45
APÊNDICE 5	47
APÊNDICE 6	49
APÊNDICE 7	52
APÊNDICE 8	58
APÊNDICE 9	67

CAMPANHA PUBLICITÁRIA PARA O HOSPITAL E MATERNIDADE DOUTOR ANTÔNIO LUIZ COUTINHO, DA CIDADE DE POCINHOS – PB

ALBUQUERQUE, Henrique Hermínio de.¹

FERREIRA, Joctã Carlos da Silva.²

GAMA, Marcello Rannay Andrade.³

SILVA, Adelino Pereira da⁴

RESUMO

O presente trabalho refere-se a campanha publicitária produzida para o Hospital e Maternidade Doutor Antônio Luiz Coutinho, localizado na cidade de Pocinhos, Paraíba. Tendo em vista a extrema necessidade que o órgão obtinha, por não ter uma identidade visual atraente e não possuir uma página própria em mídia social, buscou-se desenvolver uma maneira que o público se sentisse mais confortável e interessado em saber as questões da Instituição – problema que foi sanado a partir da criação da identidade visual, que trouxe elementos criativos com pretensão de humanizar a marca. Ademais, a criação de uma página no Instagram, tornou o público mais próximo e informado a respeito da reforma e trabalho realizado no Hospital, trazendo, ainda, interatividade. Através do *briefing*, pudemos colher informações relevantes que nos mostraram as maiores dificuldades do cliente, nos direcionando para o planejamento da campanha publicitária. A partir disso, desenvolvemos não só o *logotipo*, mas toda a identidade visual, aplicando em vários materiais que a Instituição poderá usar, além da página no Instagram, produção audiovisual, desenvolvimento de *layout* para *site*, roteiro para influenciador, postagens estáticas e audiovisuais, *spot*, *outdoor* e folder. O fato de o Hospital estar passando por uma ampla reforma e ampliação nos trouxe *insights* para que pudessemos fazer a campanha voltada para a reforma estrutural e visual.

Palavras-chave: Campanha Publicitária. Hospital e Maternidade Doutor Antônio Luiz Coutinho. Estratégias de Comunicação. Comunicação Visual e Audiovisual.

ABSTRACT

The present work refers to the advertising campaign produced for the Hospital and Maternity Hospital Doutor Antônio Luiz Coutinho, located in the city of Pocinhos, Paraíba. Considering the extreme need that the organization had, for not having an attractive visual identity and not having its own page on social media, it was sought to develop a way that the public would feel more comfortable and interested in knowing the issues of the institution - a problem that was solved from the creation of visual

¹ Concluinte do curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda da Faculdade CESREI.

² Concluinte do curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda da Faculdade CESREI.

³ Concluinte do curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda da Faculdade CESREI.

⁴ Orientador. Professor Doutor da CESREI Faculdade.

identity, which brought creative elements with the intention of humanizing the brand. Moreover, the creation of a page on Instagram, made the public closer and more informed about the reform and work done in the hospital, bringing interactivity. Through the briefing, we were able to gather relevant information that showed us the biggest difficulties of the client, directing us to the planning of the advertising campaign. From this, we developed not only the logo, but the entire visual identity, applying it to various materials that the institution can use, in addition to the Instagram page, audiovisual production, layout development for the site, script for influencer, static and audiovisual posts, spot, billboard and folder. The fact that the hospital is undergoing a major renovation and expansion brought us insights so we could make the campaign focused on structural and visual reform.

Keywords: Advertising Campaign. Hospital e Maternidade Doutor Antônio Luiz Coutinho. Communication Strategies. Visual and Audiovisual Communication.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem o objetivo de apresentar a campanha publicitária produzida para o Hospital e Maternidade Doutor Antônio Luiz Coutinho, da cidade de Pocinhos-PB. Para alcançar tal objetivo, nos aprofundamos sobre campanha publicitária institucional, ressaltando a importância prática e teórica, tendo em vista a necessidade de influenciar a opinião pública, fazendo com que os usuários se sintam mais confortáveis e bem recepcionados, a partir da identidade visual que foi construída para a Instituição.

Entende-se por identidade visual⁵ um conjunto sistematizado de elementos gráficos que identificam visualmente uma empresa, uma instituição, um produto ou um evento, personalizando-os, tais como um *logotipo*, um símbolo gráfico, uma tipografia (RIBEIRO, 1987). Em outras palavras, identidade visual é o conjunto visual projetado para representar graficamente uma instituição. Por tais motivos, o primeiro passo foi a construção do manual de identidade visual para o Hospital e Maternidade Doutor Antônio Luiz Coutinho.

É importante frisar, também, que, além da identidade visual construída para uma melhor apresentação do Hospital, os objetivos específicos da campanha em questão, também foi a execução de um plano estratégico para as mídias sociais, com criação de conteúdos estáticos e audiovisuais, produção de um *spot* para ser veiculado em rádios, carro de som e mídias sociais, mídia exterior (*outdoor*), mídia gráfica (*folder*), roteiro para um influenciador local, desenvolvimento de um VT e produção do *layout* para *site*.

Vale ressaltar que a campanha publicitária institucional tem a finalidade de propagar ideias, tendo em vista que busca influenciar a opinião pública, usando as técnicas de persuasão, que está claramente ligada à publicidade. Ademais, quando se trata de uma instituição pública, a qual não se tem fins lucrativos, a campanha atua com o objetivo de fazer com que o usuário se sinta mais bem recepcionado.

Segundo Moderno, (2000) a publicidade na sua dimensão informativa pode influenciar o consumidor através do conhecimento e aprendizagem, enquanto na sua

⁵ Strunck (2001, p. 67) nos informa que “dos seus primórdios até nossos dias, a identidade visual percorreu um longo caminho. A venda de produtos e serviços se desenvolveu muito nos últimos 25 anos. Hoje, se uma empresa não tem uma boa imagem, não causa uma boa impressão à primeira vista, isso irá certamente refletir em sua receita”.

dimensão persuasiva acelera essa influência através de diferentes mecanismos (visual, verbal, etc).

Na definição de Abílio da Fonseca, a comunicação institucional é “um conjunto de procedimentos destinados a difundir informações de interesse público sobre as filosofias, as políticas, as práticas e os objetivos das organizações, de modo a tornar compreensíveis essas propostas” (FONSECA *apud* KUNSCH, 2003, p. 164). A campanha institucional não visa a venda do produto diretamente, e sim construir uma imagem positiva e conseqüentemente conseguir uma melhor conexão com o usuário da Instituição.

A Unidade Hospitalar em questão estava necessitada de uma campanha publicitária, tendo em vista que em toda a sua história, ou seja, 50 anos, não havia uma campanha publicitária feita com veemência e que tivesse atendido as verdadeiras necessidades – construir uma identidade visual atraente para atender melhor o público, fazendo um trabalho voltado principalmente para o Instagram, a fim de transmitir para os usuários os serviços existentes no Hospital.

O Hospital está passando por uma reforma, onde estão sendo construídos um bloco cirúrgico com três salas de cirurgia, três consultórios médicos, enfermaria masculina, feminina e pediátrica, sala de observação (área verde), sala de observação (área vermelha), sala de emergência, sala de raio x, sala de parto, postos de enfermagem, central de material e esterilização (CME), três salas de repouso médico, sala de repouso de enfermagem, sala da nutricionista, sala da direção, recepção com sala de espera, necrotério, cozinha, refeitório, arquivo, almoxarifado, dispensa, rouparia, entre outros. Sendo assim, havia uma necessidade de o hospital em questão ter uma campanha publicitária, para que os usuários pudessem saber o que está sendo construído.

Diante dos fatos supracitados, a campanha é baseada nas necessidades do Hospital, enfatizando a sua reforma e ampliação, além da criação da página no Instagram, para divulgação justamente do que estava sendo feito e do que ainda virá. Antes disso, as publicações do hospital eram feitas através das páginas da Secretaria de Saúde, da Prefeitura Municipal de Pocinhos e da Prefeita Eliane Moura dos Santos Galdino, de forma esporádica.

Para o desenvolvimento do relatório de campanha, um dos tipos de pesquisa foi a descritiva, pois descrevemos as necessidades que o hospital obtinha, como a

falta de uma identidade visual para que tivesse mais credibilidade, o desenvolvimento de marketing, que era a precisão de uma página oficial em alguma mídia social, para que a Instituição pudesse informar e orientar os usuários, o desenvolvimento de um *spot* para alcançar um determinado público alvo que era de suma importância, entre outras questões que foram frisadas e descritas anteriormente. Segundo Antônio Carlos Gil (2008, p. 28), “as pesquisas deste tipo têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis”. Nossa pesquisa também teve caráter exploratório. Ainda, segundo Gil (2008, p. 27), “as pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores”.

Neste contexto, para a realização da campanha publicitária utilizamos a entrevista fechada. A realização da entrevista foi motivada pelo fato de que o hospital perdeu seus documentos em um incêndio. A coleta dessas informações era fundamental para o desenvolvimento da sua identidade. Segundo Fontana e Frey (1994 apud DUARTE, 2005, p.62), a entrevista é uma das mais comuns e poderosas maneiras que utilizamos para tentar compreender nossa condição humana. Ela se transformou em uma grande ferramenta de coleta de informações e contribuiu para coletarmos os dados necessários para o *briefing*.

A partir desse caminho metodológico, conseguimos estabelecer um panorama histórico cultural do Hospital para a população local e da região de Pocinhos. Ao trazer à tona essas memórias foi exposto o quão importante a Instituição é para a população local e circunvizinha. Mas não bastava apenas lembrar disto, era preciso que as pessoas tivessem acesso a tal conteúdo, a fim de reconhecerem sua relevância, fato que irá se consolidar com a midiatização da campanha publicitária em questão.

1. EXPLANAÇÃO DO AMBIENTE E MERCADO DO CLIENTE

O Hospital e Maternidade Doutor Antônio Luiz Coutinho, está localizado na cidade de Pocinhos, interior do Estado da Paraíba, e é gerido pelo Poder Executivo

Municipal – Prefeita Eliane Moura dos Santos Galdino. Segundo dados obtidos através da direção da Instituição, colhidos em setembro de 2022, foram atendidas três mil e duzentas e cinquenta e nove pessoas. Ou seja, a média de atendimentos gira em torno de três mil e duzentos mensalmente. Estima-se que, após o término da reforma e ampliação, o número de atendimentos irá aumentar consideravelmente, tendo em vista, principalmente, a pretensão de se fazer partos e cirurgias eletivas – fato que não ocorre nos dias atuais.

Atualmente, o Hospital e Maternidade de Pocinhos (HMP) realiza procedimentos e atendimentos como pequenas cirurgias, suturas, retirada de pontos, curativos, consultas médica e de enfermagem, emergências (que, em sua grande maioria, são encaminhadas para Hospitais de maior porte), internações, eletrocardiogramas, entre outros.

Vale ressaltar, ainda, que, em Pocinhos, não existe outro Hospital para atender a população. Além dos munícipes de Pocinhos, o HMP atende cidadãos de outros municípios, como Montadas, Puxinanã, Areial, Campina Grande, mais precisamente o Distrito de São José da Mata, além de outros sítios pertencentes ao município de Campina, entre outras cidades. Ou seja, é um hospital de referência para a região.

A construção do Hospital e Maternidade Doutor Antônio Coutinho teve início em 1967, na 2ª gestão do prefeito Padre Galvão⁶. A obra foi uma promessa da campanha de 1963, e que, surpreendentemente foi tocada ao mesmo tempo em que se estava em andamento também a construção do mercado público da cidade.

Em 1969 quando José Alves assumiu sua 3ª gestão, encontrou o Hospital já com as paredes erguidas, cabendo a ele, concluir todo o restante da obra, e comprar todos os equipamentos necessários para o seu funcionamento.

A inauguração do Hospital ocorreu no dia 1ª de janeiro de 1973, poucos dias antes de José Alves repassar o comando da prefeitura para o prefeito Clóvis Chaves da Costa.

Praticamente todos os equipamentos e material de expediente inicial foram doados pela DIACONIA (uma organização religiosa sediada no Recife, que desenvolvia vários trabalhos de ação social). Depois da inauguração, coube a futura

⁶ Disponível em: <https://museuvirtual.pocinhos.net/hospital-municipal-dr-luiz-coutinho/>. Acesso em: 15/05/2023.

gestão, comandada pelo prefeito eleito Clóvis Chaves, colocar o Hospital e Maternidade em funcionamento.

2. APRESENTAÇÃO DO BRIEFING

Para o desenvolvimento da campanha, iniciamos com o *briefing* (ver Apêndice 1), feito diretamente com a Prefeita Eliane Moura dos Santos Galdino – principal responsável pela gestão do Hospital. Desta forma, iniciamos uma série de perguntas a gestora do município de Pocinhos-PB, anotando informações relevantes que seriam imprescindíveis para dar prosseguimento a campanha.

O *briefing* é um documento que reúne todas as ideias que o cliente tem para a realização de determinado projeto, seja um site, uma campanha de marketing, uma peça publicitária, uma identidade visual, entre outros (BERTOMEU, 2011). De modo geral, é possível classificar o *briefing* como manual de instruções para que a equipe se guie por ele. A partir do documento é possível chegar a resultados satisfatórios, já que todas as informações sobre a solicitação terão sido obtidas junto ao cliente.

No *briefing* foram colhidas informações como a história do Hospital, procedimentos ofertados e média de pacientes atendidos mensalmente, o fato de a Instituição estar passando por uma reforma, o que está sendo construído, problema do cliente, o que pretende transmitir para o público, se havia algum meio de comunicação para se comunicar com os usuários, *logotipo* e cores que seriam usadas.

Diante das informações colhidas, anotamos os objetivos principais da campanha publicitária, salientando que precisaríamos criar uma identidade visual atraente, que pudesse atender seus anseios, sendo criado um novo *logotipo*, preservando as cores do HMP. Ademais, a necessidade de executar um plano estratégico para as mídias sociais, criando, no mínimo, três conteúdos estáticos ou vídeo/gif, produção de um *spot*, material para mídia exterior (*outdoor*), mídia gráfica (*folder*), criação de roteiro para um influenciador e desenvolvimento do *layout* para *site*.

3. MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

Os trabalhos para criação do manual de identidade visual (ver Apêndice 2) se iniciaram pela criação de um novo *logotipo*, que, segundo recomendação do cliente, precisaria ser mais atraente, ou seja, visualmente mais bonito, além da preservação das cores padrões do Hospital (branca e verde).

A representação gráfica é dada pelas ilustrações da cruz (+), que representa a saúde, as linhas gráficas, representando o monitoramento, cuidado e um serviço humanizado e o coração mesclado com o estetoscópio. Esta é a simbologia do amor, atendimento humanizado e que, juntos com o estetoscópio, formam a ideia de um braço materno. O HMP representa a sigla de “Hospital e Maternidade de Pocinhos”. A fonte usada foi axiforma.

Vale salientar que, o manual de identidade visual, segundo Munhoz:

[...] tem o objetivo de apresentar as informações referentes à instituição, apresentar a marca; registrar os princípios e normatizar o uso dos elementos gráficos que constituem a identidade visual; apresentar as aplicações da identidade visual nas peças desenvolvidas e conduzir o processo de produção das peças de comunicação visando à difusão da marca. (MUNHOZ, 2009, p. 17).

Dito isso, a marca foi aplicada mostrando como ficará no envelopamento das ambulâncias, de carros pequenos, canecas/copos personalizados, cartão de visita, camisas (fardamento), bonés, toalhas, embalagem, canetas e receituário no papel timbrado.

Após o desenvolvimento do logotipo e marca, além, é claro, da aplicação nos materiais supracitados, foi mostrado ao cliente, que, prontamente aprovou todo o trabalho do manual de identidade visual.

4. PLANEJAMENTO DA CAMPANHA PUBLICITÁRIA: ESTRATÉGIAS E CRONOGRAMAS DE VEICULAÇÃO

Para o orientar a veiculação da campanha publicitária do HMP, foram arquitetadas tabelas de planejamento e cronogramas de tudo que será veiculado. Segue abaixo todas as tabelas com suas respectivas funções.

CRONOGRAMA DE ACOMPANHAMENTO DE MÍDIAS OFFLINE

MÍDIA	PEÇA	OBJETIVOS	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	RESPONSÁVEL
Pocinhos FM	Spot	Informativo	16/05/2023 a 16/06/2023	Henrique Jactã Rannay
Carro de Som	Spot	Informativo	16/05/2023 a 16/06/2023	Henrique Jactã Rannay
Impressa	Folder	Informativo	16/05/2023 a 16/06/2023	Henrique Jactã Rannay
Desenhar comunicação Visual "Outdoor"	Arte	Informativo	16/05/2023 a 16/06/2023	Henrique Jactã Rannay

CRONOGRAMA DE POSTAGENS INSTAGRAM

TEMA	DATA	HORA	LOCAL	MARCAÇÃO	TIPO DE CONTEÚDO	STATUS
Identidade Visual	16/05/23	20H	Pocinhos-PB		Feed	Aprovado
Convite para Seguir a página	19/05/23	12H	Pocinhos-PB		Feed	Aprovado
Informativo	22/05/23	12H	Pocinhos-PB		Feed	Aprovado
Diálogo com a Prefeita Eliane	25/05/23	12H	Pocinhos-PB	@elianegaldino1 @adrianogaldino1	Reels	Aprovado
Prosa com o Poeta Tiago Monteiro	29/05/23	12H	Pocinhos-PB	@poetatiagomonteiro	Reels	Aprovado

CUSTOS DE MÍDIA			
MEIO	VEÍCULO	ESPECIFICAÇÕES	VALOR
Rádio	Pocinhos FM	Veiculação de 200 chamadas durante um mês, de 30'' (Spot) distribuído de segunda a sexta	R\$ 500,00
Carro de Som	Wanderley Publicidade	Veiculação segunda, quarta e sexta durante um mês	R\$ 480,00
Outdoor	Desenhart Comunicação Visual	Veiculação de 2 placas de outdoor na entrada da cidade.	R\$ 2.000,00
MATERIAL	FORNECEDOR	ESPECIFICAÇÕES	VALOR
Áudio	Produtora de Áudio	Gravação, produção e edição de 1 Spot de 30''	R\$ 100,00
Vídeo	Produtora de Vídeo	Gravação, produção e edição de vídeo	R\$ 2.500,00
Folder	Gráfica	Produção de 1000 Folders 15x21cm papel cor 4x4, papel cuchê 90g, para distribuição no hospital e nas principais ruas do município de Pocinhos.	R\$ 900,00
Agência	Design	Criação do <i>layout</i> para o site e o <i>site</i> .	R\$ 1.700,00

5. MEMORIAL DESCRITIVO DAS PEÇAS DA CAMPANHA PUBLICITÁRIA

5.1 MÍDIA ELETRÔNICA AUDIOVISUAL (VT)

O desenvolvimento do VT foi realizado com Tiago Monteiro (ver Apêndice 3), poeta, secretário da pasta de cultura e esportes e influenciador da cidade de Pocinhos, trazendo informação e descontração ao público. A gravação foi realizada em uma tarde, no local onde está sendo realizada a reforma do Hospital, justamente para criar curiosidade na população, acerca daquilo que está por vir.

A nossa equipe escolheu Tiago para a gravação por conta do seu vínculo e conhecimento com o município de Pocinhos, estando fortemente atrelado a cultura, bem como a poesia.

O audiovisual é um meio de comunicação em que há a utilização conjunta de elementos visuais e sonoros, ou seja, que pode ser vista e ouvida ao mesmo tempo. Dentre as mídias audiovisuais destacam-se a televisão, cinema e vídeos para a internet. Segundo Pérez (1978, p. 17),

O encanto característico da imagem provém de seu imediatismo. O imediatismo das imagens, como representação do mundo e dos seres, é o que produz um choque direto na afetividade e sensibilidade do consumidor de imagens. As imagens nos oferecem informações concretas, polimorfos e vivenciais (...). As imagens chegam a dominar o homem em seu próprio inconsciente. Impulsionado a todo o momento pelo imediatismo das imagens e dos sons, o homem moderno se converteu num consumidor satisfeito com o encanto da imagem. Essa força das percepções e dos choques afetivos tem uma poderosa influência que escapa ao controle dos métodos tradicionais de aprendizagem.

Na campanha em questão, optamos em produzir um VT para ser veiculado nas redes sociais, especificamente no *Instagram*. Com um minuto e quarenta e dois segundos, o VT traz informação e descontração em forma de prosa, com uma linguagem coloquial, de forma matuta, para que o público se prenda ao vídeo, conferindo todas as informações, como o início de cirurgias eletivas, realização de partos, laqueadura, ou, como dizem no popular, “ligação”, uma nova identidade visual, além da página no *Instagram*, de uma forma que o público crie expectativa daquilo que está por vir.

5.2 MÍDIA ELETRÔNICA AUDITIVA

A campanha conta com a produção de um *spot* (ver Apêndice 4). Segundo Silva (1999, p. 30), *spot*:

[...] são comerciais publicitários veiculados no rádio, que geralmente transmitem mensagens especialmente elaboradas com a intenção de “vender” ideias, produtos, bens e serviços. O *spot* publicitário tem como seu precursor na radiofonia as historietas que se criavam para divulgar as mercadorias, mas a possibilidade de gravação do texto locutado e a inserção de trilhas e efeitos sonoros conferem singularidade a este “tipo de anúncio” no qual o humor e a eroticidade tem forte presença.

Para o *spot*, criamos o *script* (ver Apêndice 4) – texto que foi narrado por um locutor masculino – descrevendo que o HMP está se tornando mais moderno, com a criação de novos centros cirúrgicos, novas salas de parto e de uma estrutura que permitirá um atendimento humanizado e de qualidade. Por fim, pedimos ao público que siga a página no Instagram, a fim de acompanhar a reforma e trabalho. Ao fundo da narração há um BG musical, com cadência moderada, que auxilia na fixação da informação que está sendo transmitida. O objetivo foi, mais uma vez, deixar o público curioso e convidá-lo para acompanhar tudo pela página que foi criada no *Instagram*.

5.3 MÍDIA EXTERIOR (*OUTDOOR*, *BUSDOOR*, MOBILIÁRIO URBANO ETC)

A mídia exterior, como o próprio nome indica, é a propaganda veiculada em ambientes externos. Ela também é conhecida pelo termo em inglês “*out of home*”, ou seja, “fora de casa”. Para a campanha do HMP optamos na construção de uma peça publicitária para o *outdoor*. Conforme Sabadin (1990, p. 83),

[...] *outdoor* é mídia por natureza. Enquanto nos demais veículos de comunicação, a propaganda é um suporte financeiro inserido em um contexto editorial, no *outdoor* ela é tudo - razão de existência do próprio meio. Uma emissora de rádio ou TV, um jornal, uma revista ou um cinema podem sobreviver sem publicidade. O *outdoor* não; ele é a própria propaganda em si. E com uma característica muito particular: ele “mistura bem” com todos os demais veículos publicitários, gerando sempre um mix de comunicação bastante eficiente.

Seu principal objetivo é transmitir informações ao público em ambientes externos, como ruas, avenidas, praças e locais abertos. O *outdoor* foi desenvolvido pensando no chamamento do público para seguir a página do *Instagram*, com o intuito de tornar a página ainda mais conhecida, tendo em vista que, por ser uma mídia exterior, atinge muitas pessoas que estão em locomoção. Utilizamos a paleta de cores (branco e verde) para reforçar as cores da identidade visual do HMP, com uso de algumas imagens da reforma, visando facilitar e comunicar ao público que estão sendo realizadas as mudanças estruturais do hospital.

5.4 MÍDIA GRÁFICA (CARTAZ, FOLDER, PANFLETO ETC)

Paula e Carvalho(2014, p. 984) afirmam que:

O folder é um impresso de pequeno porte, constituído de uma só folha de papel com uma ou mais dobras, e que apresenta conteúdo informativo ou publicitário. Analisando etimologicamente a palavra folder, de origem inglesa, encontramos referências como “folheto dobrado”; “o que dobra” ou ainda a derivação do verbo to fold, ou seja, dobrar.

O *folder* (ver Apêndice 6) é outra peça que agrega a campanha publicitária realizada para o HMP. Desta forma, produzimos o folder com a primeira parte, ou seja, as três primeiras dobras, contendo um trecho da entrevista que foi realizada com a Prefeita – falando sobre o que os pocinhenses e moradores das cidades circunvizinhas podem esperar do HMP. Ademais, esta primeira parte contém uma foto defronte da reforma e a marca com o @hospitaldepocinhos abaixo, que se refere à página no *Instagram*. Na segunda parte do folder, ou seja, nas três últimas dobras, está o título “como tudo se iniciou”, que conta o início da construção, a inauguração e os primeiros equipamentos do HMP. Além disso, há três fotos da reforma e o título “o que está sendo construído”, expondo as salas que estão sendo construídas no HMP”.

4.5 MÍDIA DIGITAL DE BASE (*LAYOUT PARA SITE/HOTSITE/LANDINGPAGE*)

Citando Jones e George (2008), Amorim afirma (2015, p. 1) que “*Layout* é a técnica de administração de operações cujo objetivo é criar a interface homem-máquina para aumentar a eficiência do sistema de produção”.

A partir desse entendimento, o *site* (ver Apêndice 7) foi idealizado para mostrar um pouco da história do HMP – quando e por quem iniciou a construção, quem inaugurou, entre outras informações importantes. Ademais, foi colocada uma aba com os serviços e estrutura, mostrando o que está sendo construído e aquilo que possuirá após a reforma da instituição. Por fim, tem a opção “contatos”, onde o público encontrará um convite para seguir o Instagram do HMP, a fim de acompanhar a reforma e trabalho, além das opções de entrar em contato através do e-mail ou telefone, que também é WhatsApp.

4.6 PERFIL DE REDE SOCIAL

O ambiente das redes sociais *online* pode ser entendido como uma organização virtual – facilitada pelo *design* –, que se organiza com intuito de agregar perfis de sujeitos que possuem, além de afinidades, pensamentos e maneiras de expressão semelhantes e de interesse em comum. Sobre esse tema, Musso (2006, p.34) define rede social como “uma das formas de representação dos relacionamentos afetivos, interações profissionais dos seres humanos entre si ou entre seus agrupamentos de interesses mútuos”.

A partir desse entendimento e da importância de manter o HMP próximo ao público, foi criada a página do Instagram (ver Apêndice 8), com cronograma de postagens – tendo sido feitas cinco publicações ao todo, com três criações estáticas e dois VT’s para *reels*. A primeira publicação foi um criativo estático, mostrando ao público a nova identidade visual do HMP (ver Apêndice 8). Em seguida, foi postado mais um criativo estático, pedindo ao público que siga a página para acompanhar a reforma e trabalho do HMP (ver Apêndice 8). Encerrando as postagens estáticas, publicamos um criativo que mostra alguns espaços importantes que estão sendo construídos (ver Apêndice 8).

Dando prosseguimento, divulgamos o primeiro VT (*reels*) (ver Apêndice 8), que foi realizado com a Prefeita Eliane Galdino, mostrando a sua expectativa para a

conclusão da obra, relatando a importância da página no *Instagram*, deixando um recado para o povo pocinhense e da região, entre outras questões. Por fim, publicamos um VT (*reels*) gravado de forma descontraída e irreverente com o Poeta Tiago Monteiro, no local da reforma da instituição (ver Apêndice 8). A prosa foi escolhida para captar o momento, tendo em vista que queríamos algo dinâmico, a fim de atrair, divertir e informar a sociedade.

4.7 CRIAÇÃO DE ROTEIRO/CONTEÚDO PARA INFLUENCIADORES

Podemos definir o roteiro como um texto (ou documento) que descreve os aspectos ligados a uma produção audiovisual do início até o fim. Ele serve como um norte para que todos os envolvidos saibam o que fazer antes, durante e depois de uma produção.

Optamos pela criação de um roteiro (ver Apêndice 9) em forma de prosa com um poeta local, a fim de transmitir irreverência para o público. A forma descontraída gera expectativa daquilo que está sendo construído e o que acontecerá no Hospital, enfatizando questões relevantes como um maquinário de última geração, as crianças nascendo realmente na cidade – fato que há muito tempo era esperado pelos munícipes, cirurgias eletivas, uma nova identidade visual e a página no *Instagram*. Este momento foi gravado com Tiago Monteiro, que é secretário de cultura e esportes, poeta e influenciador do município de Pocinhos-PB.

CONCLUSÃO

Para desenvolvermos este trabalho, buscamos implantar o que nos foi ensinado durante os quatro anos de curso – levando em conta todos os setores de uma agência publicitária, realizando um trabalho em equipe, de forma assertiva e buscando conquistar o público do HMP.

Após coletarmos as informações iniciais, que foram adquiridas e repassadas para o *briefing*, através de uma conversa com a Prefeita Eliane, projetamos o que precisaria ser feito, a partir das maiores dificuldades do nosso cliente – tendo sido constatado que, dentre os problemas, os soberanos eram a ausência de uma identidade visual que pudesse transmitir conforto e segurança, e a necessidade de criar uma página no *Instagram*, para que o público se mantivesse informado a respeito da reforma e trabalho do HMP.

Desta forma, iniciamos a campanha publicitária criando o logotipo, que frisou o amor e atendimento humanizado, preservando as cores branca e verde. Em seguida, aplicamos a marca, com a sigla HMP, que representa Hospital e Maternidade de Pocinhos, nos mais diversos tipos de materiais que nosso cliente poderia utilizar.

É importante destacar o *slogan* que foi criado: “Hospital de Pocinhos, construindo uma nova história”, reforçando o momento de revitalização visual e estrutural da Instituição.

Posteriormente, realizamos o trabalho das sete peças publicitárias necessárias para conclusão da campanha, objetivando satisfazer o cliente e o público. E, após o desenvolvimento de todo o material, ao mostrá-lo ao nosso cliente, obtivemos um *feedback* bastante positivo. Outrossim, as postagens feitas na página do *Instagram* foram muito elogiadas.

Com os fatos narrados acima – obtendo uma resposta positiva do cliente (HMP) e público, consideramos que a campanha publicitária em questão atendeu aos anseios outrora citados, trazendo um resultado bastante satisfatório. Ademais, é importante ressaltar nosso contentamento pessoal, por termos contribuído veementemente e de forma voluntária, com uma Instituição que estava extremamente necessitada de um trabalho desta proporção.

REFERÊNCIAS

AMORIM, D. F. B. O Conceito e os Tipos de Layout. **CRARS**, (Online), v. 1, n. 1, p. 3, outubro. 2015.

BERTOMEU, João Vicente Cegato. **Criação em Filmes Publicitários**. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

DUARTE, J. Entrevista em Profundidade. In. DUARTE, J.; BARROS, A. (org). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo : Atlas,

KUNSCH, M. M. Krohling. Comunicação organizacional: conceitos e dimensões dos estudos e das práticas. In: MARCHIORI, Marlene. **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2006, pp.167-190.

MODERNO, M. C. S. Mecanismos Psicológicos da Publicidade e do Marketing. **Millenium**. Artigo [online]. Viseu. Outubro de 2000.

MUSSO, Pierre. **Ciberespaço, figura reticular da utopia tecnológica**. IN: MORAES, Dênis de. Sociedade Midiatizada. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

NAKASHIMA, R. H. L; SÉRGIO, F. A. A Linguagem Audiovisual da Lousa Digital Interativa no Contexto Educacional. **Educação Temática Digital**, Campinas, v.8, n.1, p. 33-48, dez. 2006.

PAULA, M. A. N. R; CARVALHO, A. P. O gênero textual folder a serviço da educação ambiental. **Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental – REGET**, v. 18 n. 2 Mai-Ago. 2014, p.982-989.

PINHEIRO, G. O. et all.; **Mídia Exterior: Seu Desafio é Você**. Anais do XXIII PRÊMIO EXPOCOM, São Paulo, 2016.

PRUDENCIO, Taylin. **Identidade Visual: Criação de Identidade Visual para Loja Explosão Modas**. 2017. Dissertação (Trabalho de Conclusão de Curso de Design) – Universidade do Sul, Florianópolis, Santa Catarina, 2017.

RIBEIRO, M. **Planejamento visual gráfico**. Brasília: Linha Gráfica e Editora, 1987.

RIEDEL, M. N. D; MAIA, Y. N. **Produção de Spots da Rádio Gentileza**. Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UnB- 6 a 9 de setembro, Brasília, 2006.

STRUNCK, G. L. T. L. **Como Criar Identidades Visuais para Marcas de Sucesso.**
3. ed. Rio de Janeiro: Rio Books, 2001.

APÊNDICE 1
BRIEFING DO CLIENTE

BRIEFING DO CLIENTE

Atendimento:

Henrique Hermínio de Albuquerque

- **Cliente:** Hospital e Maternidade Doutor Luiz Antônio Coutinho, da cidade de Pocinhos – PB.
- **História do Hospital:** Começou a ser construído em 1967, durante a gestão do Prefeito Padre Galvão. Já em 1969, o Prefeito José Alves concluiu a obra e comprou os equipamentos necessários para o seu funcionamento. A inauguração ocorreu no dia primeiro de Janeiro de 1973, poucos dias antes de José Alves passar o comando da Prefeitura para o Prefeito Clóvis Chaves da Costa. Praticamente todos os equipamentos e material de expediente inicial, foram doados pela DIACONIA (organização religiosa sediada em Recife-PE, que desenvolvia vários trabalhos de ação social).
- **Procedimentos ofertados e média de pacientes que são atendidos mensalmente:** Em torno de três mil e duzentas pessoas são atendidas mensalmente, tendo uma abrangência de várias cidades da região, a exemplo de Montadas, Areial, Puxinanã e Campina Grande, mais precisamente o distrito de São José da Mata. Entre os atendimentos da instituição, estão casos de emergência, observações, consultas, pequenas cirurgias, curativos, retiradas de pontos, internações, entre outros.
- **Outras informações relevantes:** O Hospital está passando por uma reforma, onde serão construídos um bloco cirúrgico com três salas de cirurgia, três consultórios, enfermaria feminina, masculina e pediátrica, sala de raio x, sala de parto, entre outros.
- **Qual é o problema do cliente?** A ausência de uma identidade visual apropriada e chamativa e o fato da instituição não ter uma página em alguma mídia social para divulgação da reforma e ações são os principais problemas existentes.
- **O que nós temos que fazer?**
 - Criar uma campanha publicitária para o nosso cliente, objetivando a criação de uma identidade visual atraente, que possa atender aos seus anseios.
 - Executar um plano estratégico para a página do *Instagram* (criação de, no mínimo, três conteúdos estáticos ou vídeo/gif).

- Produzir um *spot*.
 - Material para mídia exterior (*outdoor*).
 - Mídia gráfica (*folder*).
 - Criar um roteiro/conteúdo para influenciador.
 - Mídia Digital de Base: produção de um layout para Site.
-
- **O que o cliente pretende transmitir para seu público?** Um local que transmita humanização, através de uma identidade visual atraente, além de informação e interatividade, que acontecerá depois da criação da página no *Instagram*.
 - **Há algum meio de comunicação da instituição com seus usuários?** Não. Algumas coisas são postadas através das mídias sociais da Prefeitura Municipal de Pocinhos, da Secretaria de Saúde e da Prefeita Eliane Galdino.
 - **Logotipo:** O cliente quer a criação de um novo logotipo, que seja mais atraente, ou seja, visualmente mais bonito.
 - **Cores que serão usadas:** Branco e Verde.
 - **Verba da Campanha:** 8.180,00

Pocinhos, PB, dia 16 de março de 2023.

APÊNDICE 2
MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

MANUAL DA MARCA



HMP

Hospital e
Maternidade
de Pocinhos
Dr. Antônio Luiz Coutinho

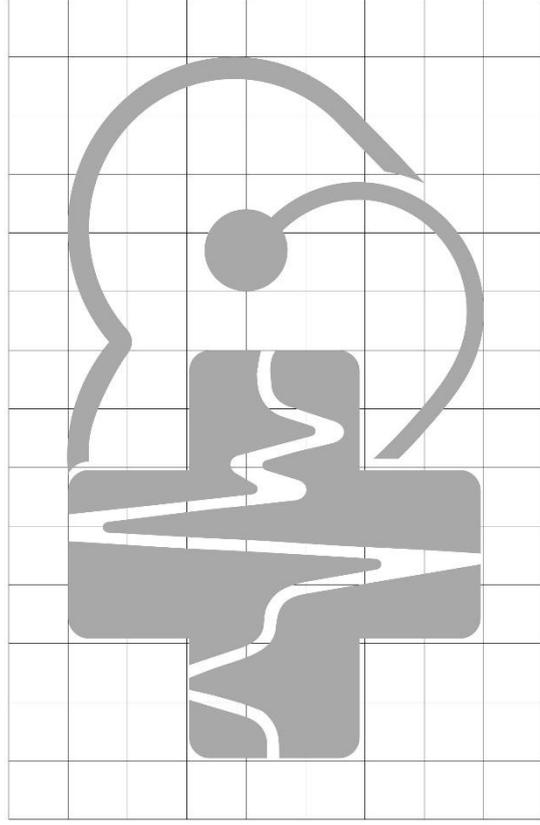
“A marca é a identidade de uma empresa e é o conecta o cliente ao produto.”

A nova marca do HMP composta por formas, símbolos e fontes, trás um novo conceito que simboliza alguma das suas características de trabalho. Pensando em elaborar uma ID e manter as mesmas cores, inovando nos elementos, foi desenvolvido um logotipo misto, conforme verificamos a seguir:



conceito

A representação gráfica é dada pela ilustração da cruz (+) representando a saúde, as linhas gráficas que representam o monitoramento, cuidados, serviço técnico e o coração, com o complemento do estetoscópio, simbolizando o amor e um atendimento humanizado. A ferramenta auscultatório também forma a ideia de um braço materno, no momento de amamentação.



gradientes

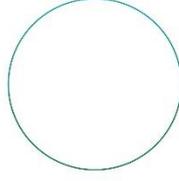


000 - 08ABA1
R 8
G 171
B 161



007543 - 08ABA1
R 0 / R 8
G 117 / G 171
B 67 / B 161

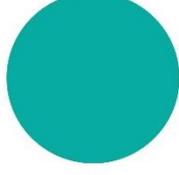
paletas



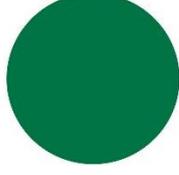
FFFFFF
R 225
G 225
B 225



BEE7F4
R 190
G 231
B 244



08ABA1
R 8
G 171
B 161



007543
R 0
G 117
B 61

FONTES

Axiforma

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

12345678910

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

12345678910

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

12345678910

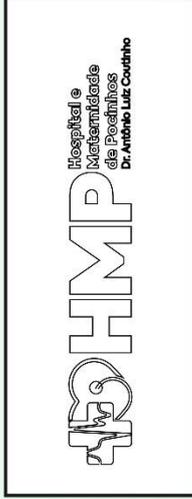
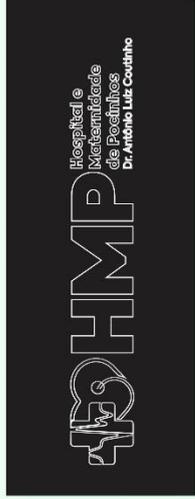
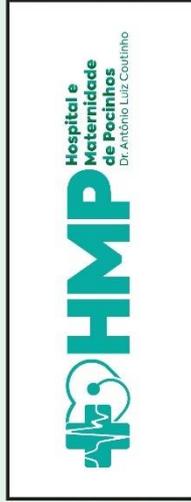
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

12345678910

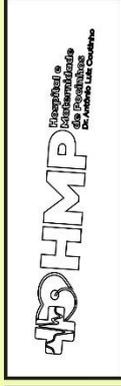
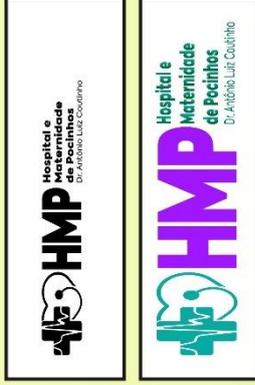
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

12345678910

APLICAÇÕES

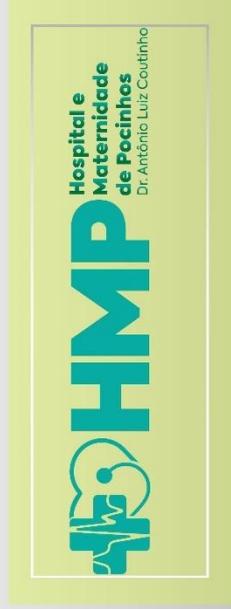


usos e deformações não permitidas

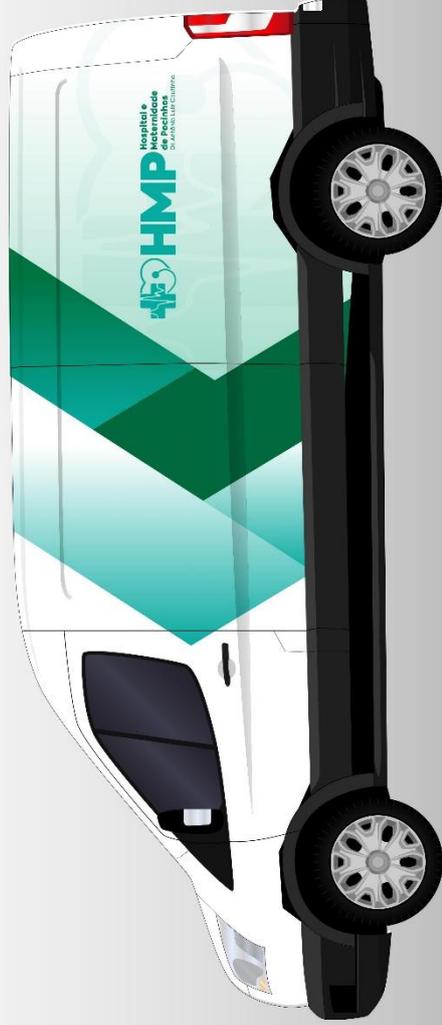
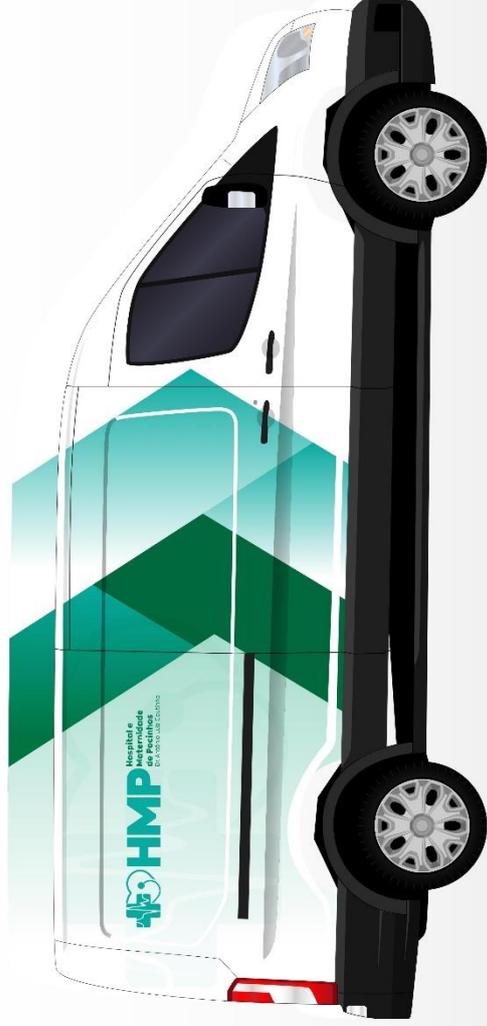


Tamanho reduzido permitido de aplicação: 300px / 2 cm

Margem de proteção: 150px ambos lados.



ENVELOPAMENTO AMBULÂNCIA



ENVELOPAMENTO CARROS PEQUENOS



CANECAS / COPOS PERSONALIZADOS



CARTÃO DE VISITA 5X9 CM



CAMISAS / BONÉS / TOALHAS



EMBALAGEM / CANETAS



RECEITUÁRIO PAPEL TIMBRADO



APÊNDICE 3

MÍDIA ELETRÔNICA AUDIOVISUAL (VT Publicitário)

ROTEIRO E VT PUBLICITÁRIO

ROTEIRO PARA VT 102”

Cliente: Hospital e Maternidade de Pocinhos (HMP)		
Peça: VT		
Título: Prosa com o Poeta Tiago Monteiro		Duração: 102”
Áudio:	Vídeo:	Lettering:
<p>Trilha: Sa Grama - Rói Couro</p> <p>Loc. (TIAGO Poeta):</p> <p>Rapai, vamo trazer aqui uma novidade arretada: o Hospital de Pocin tá ficando do jeito que o povo gosta – ampliação, sala nova, maquinário novo, coisa de cinema, que vai servir não só a Pocin, mas toda região. Bora simhora conhecer lá dento! Bora!</p> <p>Rapai, e sabe aquele negócio das mãe de Pocin ter que ir pra Campina Grande pra ter menino? Cabou-se! Os fi de Pocin vão nascer em Pocin – vai ter lá na identidade “natural de Pocin”. E além do partu, vai ter também a ligação né?! Que é a laqueadura. Ói, cirurgia de vesícula, catarata, hérnia, tudo vai ser feito aqui. E, além disso, ainda vai ter emprego pro povo – é emprego pá médico, pá enfermeiro, técnico de enfermagem, auxiliar de serviços gerais... É emprego que só a mulesta!</p>	<p>Inicia com a legenda “Um dedin de prosa com o Poeta Tiago Monteiro”, com transição para a imagem do Poeta Tiago em frente ao Hospital.</p> <p>Captar imagens do Poeta Tiago Monteiro em frente ao Hospital, se comunicando com o público em forma de prosa, de maneira bem humorada e com uma linguagem bem matuta.</p> <p>Captar imagens do Poeta Tiago Monteiro na parte interna do Hospital – saindo de uma sala para outra, enquanto se comunica com o público de maneira bem humorada.</p> <p>Captar imagens do Poeta Tiago Monteiro sentado em outra sala do Hospital, mexendo no celular e se comunicando com o</p>	

<p>Rapai, eu tava olhando aqui – a identidade visual tá toda modernizada, viu?! Criada por especialista. E, além disso, meu fi, o <i>Instagram</i> aqui ó... Já tá bombando – uma coisa moderna, arretada, responsiva – o povo vai pudê acompanhar tudo direitinho pelo <i>Instagram</i>! Ô negoço arretado!</p> <p>Pois é, pessoal. Então, ói, nesses dia esse Hospital aqui vai tá bombando – zero quilômetro, funcionando pro povo de Pocin e pá toda região. Cê pode acompanhar lá no <i>Instagram</i> ó “Hospital de Pocin”. Vai acompanhando lá o andamento da oba, vai saber tudo direitin. Os caba tão com a mulesta trabaiando e a gente tá olhando. Vamo simbora!</p>	<p>público de maneira bem humorada.</p> <p>Captar imagens do Poeta Tiago Monteiro novamente na entrada do Hospital, andando e se comunicando com o público de maneira bem humorada. Em seguida, ele aponta para um funcionário da obra. Finaliza com Tiago fazendo o sinal de positivo com o dedo polegar ao lado do funcionário, que repete o sinal.</p>	<p>Vinheta com animação da logomarca do Hospital e Maternidade de Pocinhos (HMP)</p>
---	---	--

Para assistir ao VT Publicitário leia o **QR Code** ou acesse o **URL**:



https://drive.google.com/file/d/1IGGOJ1nJcNRDu7lj_pTLozA_vwTo7l4z/view?usp=drivesdk

APÊNDICE 4
MÍDIA ELETRÔNICA AUDITIVA (*Spot*)

ROTEIRO DO SPOT 30"

PRODUTORA: HENRIQUE, JOCTÁ E RANNAY.	DATA: 11/04/2023
ANUNCIANTE: HOSPITAL E MATERNIDADE DOUTOR ANTÔNIO LUIZ COUTINHO	PRODUTO:
TÍTULO: HOSPITAL DE POCINHOS – CONSTRUINDO UMA NOVA HISTÓRIA	(X) SPOT () JINGLE () TESTEMUNHAL () SECO () AO VIVO () PROGRAMETE
LOCUTORES: LOC 1 (M)	TEMPO: 30"
EFEITOS SONOROS:	BG: UPLIFTING AND INSPIRING BACKGROUND MUSIC FOR VIDEOS & PRESENTATIONS.
LOC 1: VOZ MASCULINA	<p>O HOSPITAL E MATERNIDADE DOUTOR ANTÔNIO LUIZ COUTINHO ESTÁ SE TORNANDO MAIS MODERNO PARA MELHOR ATENDER VOCÊ.</p> <p>E NÃO PARA POR AÍ.</p> <p>HAVERÁ NOVOS CENTROS CIRÚRGICOS, NOVAS SALAS DE PARTO, NOVOS EQUIPAMENTOS, E UMA ESTRUTURA QUE PERMITIRÁ UM ATENDIMENTO HUMANIZADO E DE QUALIDADE.</p> <p>HOSPITAL DE POCINHOS, CONSTRUINDO UMA NOVA HISTÓRIA.</p> <p>SIGA O INSTAGRAM @HOSPITALDEPOCINHOS, PARA ACOMPANHAR A NOSSA REFORMA E TRABALHO.</p>

Para assistir ouvir o Spot Publicitário leia o **QR Code** ou acesse o **URL**:



https://drive.google.com/file/d/1DbD9Qr_zHuGSJfbeGwkrBodVP3z8rxEF/view?usp=drivesdk

APÊNDICE 5
MÍDIA EXTERIOR (Outdoor)

APÊNDICE 6
MÍDIA GRÁFICA (FOLDER)

LADO 01 DO FOLDER



O HMP está empenhado em fornecer a Pocinhos e suas comunidades vizinhas serviços de saúde de alto nível. Para atingir esse objetivo, pretendemos estabelecer parcerias com as equipes gestoras das cidades vizinhas. Nosso hospital contará com diversos serviços, inclusive cirúrgicos, que serão facilitados pela construção de três centros cirúrgicos durante a reforma. Com esses desenvolvimentos, estamos confiantes de que nossa comunidade receberá atendimento de alta qualidade em nosso hospital.

Eliane Galdino
Prefeita do Município de Pocinhos



@hospitaldepocinhos



Hospital de Pocinhos,
construindo uma nova história.

@hospitaldepocinhos

LADO 02 DO FOLDER

Como tudo se iniciou:

A construção do Hospital e Maternidade Dr. Antônio Coutinho, teve início em 1967, na 2ª gestão do prefeito Padre Galvão. A obra foi uma promessa da campanha de 1963, e que surpreendentemente foi tocada ao mesmo tempo em que se estava em andamento também a construção do mercado público da cidade.

Em 1969 quando José Alves assumiu sua 3ª gestão, encontrou o hospital já com as paredes erguidas, cabendo a ele, concluir todo o restante da obra, e comprar todos os equipamentos necessários para o seu funcionamento.

A inauguração do Hospital ocorreu no dia 1º de janeiro de 1973, poucos dias antes de José Alves repassar o comando da prefeitura para o prefeito Clóvis Chaves da Costa.

Praticamente todos os equipamentos e material de expediente inicial, foram doados pela DIACONIA (Uma organização religiosa sediada no Recife, que desenvolvia vários trabalhos de ação social).

**O que está sendo construído:**

- ▶ 1 Bloco Cirúrgico com 3 Salas de Cirurgia;
- ▶ 3 Consultórios;
- ▶ Enfermaria Masculina;
- ▶ Enfermaria Feminina;
- ▶ Enfermaria Pediátrica;
- ▶ Sala de Observação (Área Verde);
- ▶ Sala de Observação (Área Vermelha);
- ▶ Sala de Emergência;
- ▶ Sala de Raio X;
- ▶ Sala de Parto;
- ▶ Postos de Enfermagem;
- ▶ Central de Material e Esterilização (CME);
- ▶ 3 Salas para repouso médico;
- ▶ Sala para repouso de enfermagem;
- ▶ Sala da Nutricionista;
- ▶ Sala da Direção;
- ▶ Recepção com sala de espera;
- ▶ Necrotério;
- ▶ Cozinha e refeitório;
- ▶ Arquivo e almoxarifado;
- ▶ Dispensa;
- ▶ Rouparia;

VISUALIZAÇÃO DO MATERIAL IMPRESSO



Para visualizar o Folder leia o QR Code ou acesse o URL:



<https://drive.google.com/file/d/1BXqjbE6nC5VAMoGh6dDC6ilv0zfKfYBN/view?usp=drivesdk>

APÊNDICE 7
MÍDIA DIGITAL DE BASE (*Site*)

LAYOUT DO SITE



Hospital e Maternidade de Poções Dr. Antônio Coutinho

- PÁGINA INICIAL
- NOSSA HISTÓRIA
- SERVIÇOS
- CONTATOS

O HMP está passando por reforma e ampliação dos serviços para melhor atender a população!

Confira aqui nossos futuros serviços



Nossa história



A construção do Hospital e Maternidade Dr. Antônio Coutinho, teve início em 1967, na 2ª gestão do prefeito Padre Galvão. A obra foi uma promessa da campanha de 1963, e que surpreendentemente foi tocada ao mesmo tempo em que se estava em andamento também a construção do mercado do público da cidade.

Em 1969 quando José Alves assumiu sua 3ª gestão, encontrou o hospital já com as paredes erguidas, [...] **Ler mais...**

Serviços

- Sala de Parto
- Sala da Nutricionista
- Bloco cirúrgico
- Sala de raio x

[Ver mais](#)

FALE CONOSCO

Olá, esse espaço é mais um canal de comunicação do HMP com você. Reclamações, sugestões e elogios, sua opinião é muito importante para nós.

Nome completo:

E-mail:

Assunto:

Mensagem:

[ENVIAR](#)

50 anos de existência! Construindo uma nova história!

☎ 83 99126-0007
 @hospitaldepoções



Hospital e Maternidade de Poções

Rua Cônego João Coutinho, nº 546, Centro, Poções - PB, em frente ao Fórum de Poções.

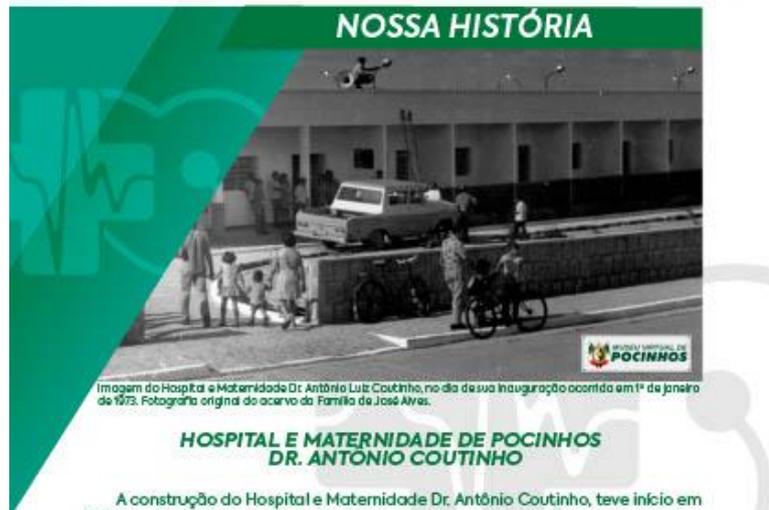


Imagem do Hospital e Maternidade Dr. Antônio Luiz Coutinho, no dia de sua inauguração ocorrida em 1º de janeiro de 1973. Fotografia original do acervo da Família de José Alves.

A construção do Hospital e Maternidade Dr. Antônio Coutinho, teve início em 1967, na 2ª gestão do prefeito Padre Galvão. A obra foi uma promessa da campanha de 1963, e que surpreendentemente foi tocada ao mesmo tempo em que se estava em andamento também a construção do mercado público da cidade. Em 1969 quando José Alves assumiu sua 3ª gestão, encontrou o hospital já com as paredes erguidas, cabendo a ele, concluir todo o restante da obra, e comprar todos os equipamentos necessários para o seu funcionamento.



Início da construção do Hospital da Pocinhos - Imagem de 1969 Fotografia original do acervo da Família de José Alves.

A inauguração do Hospital ocorreu no dia 1º de janeiro de 1973, poucos dias antes de José Alves repassar o comando da prefeitura para o prefeito Clóvis Chaves da Costa.



Imagens do Hospital e Maternidade Dr. Antônio Luiz Coutinho, no dia de sua inauguração ocorrida em 1º de janeiro de 1973. Fotografia original do acervo da Família de José Alves.



Discursos de Inauguração do Hospital e Maternidade Dr. Antônio Luiz Coutinho. Em 1º de janeiro de 1973 - Solenidade transmitida pela Voz de Pocinhos, na pessoa de sua co-proprietária, Dona Neves. Fotografia Original do acervo da Família de José Alves Hospital e Maternidade Dr. Antônio Luiz Coutinho. Em 1º de Janeiro de 1973. Fotografia original do acervo da Família de José Alves.

Esta foi a última obra do período que ficou conhecido como "de Zé para Zé" (referente a José Galvão e José Alves), período esse de grandes conquistas para Pocinhos.

Depois da inauguração, coube a futura gestão, comandada pelo prefeito eleito Clóvis Chaves, colocar o Hospital e Maternidade em funcionamento.

Fonte: Museu Virtual de Pocinhos, Disponível em:
<https://museuvirtual.pocinhos.net/hospital-municipal-dr-luiz-coutinho/>

50 anos de existência! Construindo uma nova história!

83 9926-0007
@hospitaldepocinhos


HMP Hospital e Maternidade de Pocinhos

Rua Córrego João Coutinho, nº 546,
Castaño, Pocinhos - PE, em frente ao
Barragem de Pocinhos

SERVIÇOS E ESTRUTURA



Após a reforma estrutural que está sendo realizada no HMP, iremos contar com diversos serviços e estruturas novinhas e modernas para melhor atender aos usuários e profissionais.

Veja o que está sendo construído:

- ❖ Bloco Cirúrgico com 3 Salas de Cirurgia
- ❖ 3 Consultórios
- ❖ Enfermaria Masculina
- ❖ Enfermaria Feminina
- ❖ Enfermaria Pediátrica
- ❖ Sala de Observação (Área Verde)
- ❖ Sala de Observação (Área Vermelha)
- ❖ Sala de Emergência
- ❖ Sala de Raio X
- ❖ Sala de Parto
- ❖ Postos de Enfermagem
- ❖ Central de Material e Esterilização (CME)
- ❖ 3 Salas para repouso médico
- ❖ Sala para repouso de enfermagem
- ❖ Sala da Nutricionista
- ❖ Sala da Direção
- ❖ Recepção com sala de espera
- ❖ Necrotério
- ❖ Cozinha e refeitório
- ❖ Arquivo e almoxarifado
- ❖ Dispensa
- ❖ Rouparia



50 anos de existência! Construindo uma nova história!

CONTATOS



**Acompanhe
nosso Instagram**

@hospitaldepocinhos

e fique muito bem informado sobre a nossa reforma e trabalho.



FALE CONOSCO

Olá, esse espaço é mais um canal de comunicação do HMP com você. Reclamações, sugestões e elogios, sua opinião é muito importante para nós.

Ou se preferir entre em contato através do nosso número:

 **83 99126-0007**

50 anos de existência! Construindo uma nova história!

 **83 99126-0007**

 **hospitaldepocinhos**



HMP Hospital e Maternidade de Pocinhos

Rua Cônego João Coutinho, nº 546,
Centro, Pocinhos - PB, em frente do
Fórum de Pocinhos

LAYOUT DO SITE

Para visualizar o *Layout do Site* leia o **QR Code** ou acesse o **URL**:

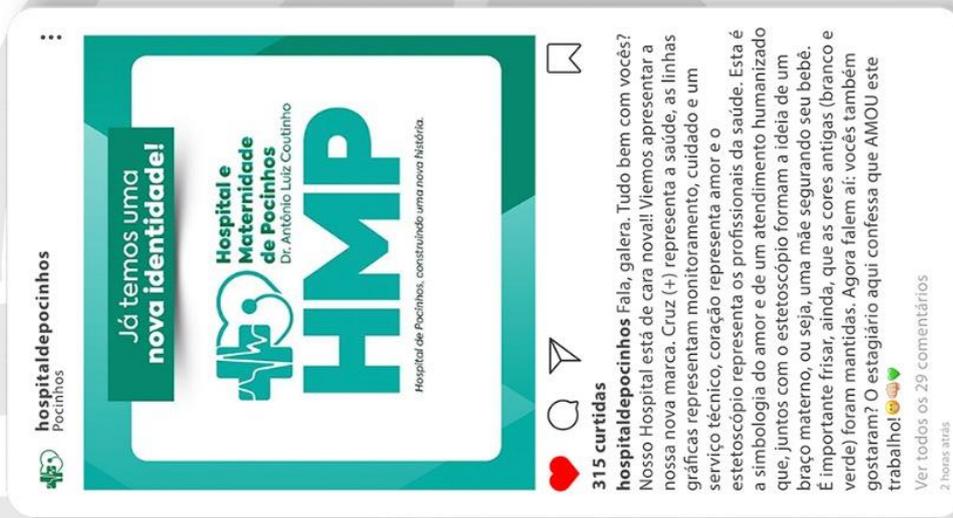


https://drive.google.com/file/d/1BN6TihPIFEwfDIyl_YVUp5bs4sN8PVbN/view?usp=drivesdk

APÊNDICE 8

PERFIL DE REDE SOCIAL (CONTEÚDOS CRIADOS PARA O INSTAGRAM)

Post para Instagram



Post para Instagram

hospitaldepocinhos
Pocinhos

Acompanhem nosso Instagram
@hospitaldepocinhos

e fique muito bem informado sobre a nossa reforma e trabalho.

Hospital de Pocinhos, construindo uma nova história.

HMP
Hospital de Pocinhos

210 curtidas

hospitaldepocinhos O estagiário tá ON novamente, em? Desta vez, vim pedir a vocês que divulguem nossa página para que mais pessoas possam nos seguir e acompanhar nossa reforma e trabalho. Vem com a gente que tem muita coisa boa por vir!!

#HospitaldePocinhos #ConstruindoumaNovaHistória #HMP #Hospital #Saúde

Ver todos os 29 comentários

2 horas atrás

Instagram

hospitaldepocinhos

Acompanhem nosso Instagram
@hospitaldepocinhos

e fique muito bem informado sobre a nossa reforma e trabalho.

Hospital de Pocinhos, construindo uma nova história.

HMP
Hospital de Pocinhos

210 curtidas

hospitaldepocinhos O estagiário tá ON novamente, em? Desta vez, vim pedir a vocês que divulguem nossa página para que mais pessoas possam nos seguir e acompanhar nossa reforma e trabalho. Vem com a gente que tem muita coisa boa por vir!!

#HospitaldePocinhos #ConstruindoumaNovaHistória #HMP #Hospital #Saúde

Ver todos os 29 comentários

2 horas atrás

Post para Instagram

hospitaldepocinhos Pocinhos

Você sabia?

Hospital de Pocinhos possuirá:

1 bloco cirúrgico contendo 3 salas de cirurgia	3 Consultórios	Sala de Raio X	Enfermaria pediátrica	Enfermaria masculina
Enfermaria feminina	Sala de Parto	Hospital de Pocinhos, construindo uma nova história.		

HMP
Hospital de Pocinhos

210 curtidas
hospitaldepocinhos Você sabia???? Não???? Estes são apenas alguns espaços que estão sendo construídos em nosso Hospital. Agora faça como o estagiário aqui: manda pra mais pessoas e as ajude a ficar por dentro do que está sendo construído no HMP.

#HospitaldePocinhos #ConstruindoumaNovaHistória #HMP #Hospital #Saúde
Ver todos os 29 comentários
2 horas atrás

Instagram
hospitaldepocinhos Pocinhos

Você sabia?

Hospital de Pocinhos possuirá:

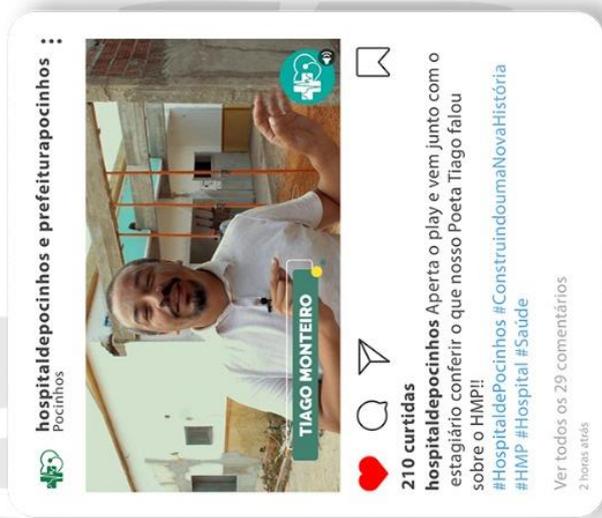
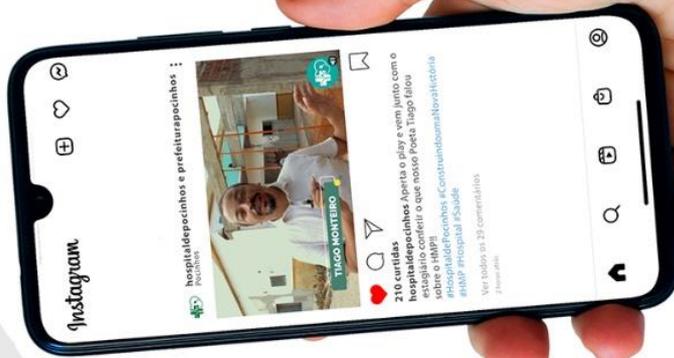
1 bloco cirúrgico contendo 3 salas de cirurgia	3 Consultórios	Sala de Raio X	Enfermaria pediátrica	Enfermaria masculina
Enfermaria feminina	Sala de Parto	Hospital de Pocinhos, construindo uma nova história.		

HMP
Hospital de Pocinhos

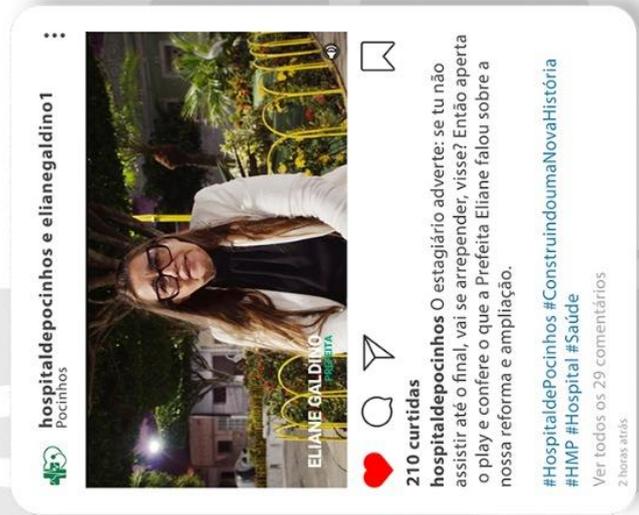
210 curtidas
hospitaldepocinhos Você sabia???? Não???? Estes são apenas alguns espaços que estão sendo construídos em nosso Hospital. Agora faça como o estagiário aqui: manda pra mais pessoas e as ajude a ficar por dentro do que está sendo construído no HMP.

#HospitaldePocinhos #ConstruindoumaNovaHistória #HMP #Hospital #Saúde
Ver todos os 29 comentários
2 horas atrás

Post para Instagram



Post para Instagram



PERFIL E CONTEÚDOS NA REDE SOCIAL INSTAGRAM

Para visualizar o perfil do Instagram e os conteúdos postados nessa rede social, leia o **QR Code** ou acesse o **URL**:



<https://instagram.com/hospitaldepocinhos?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>

ROTEIRO DO VT 180" PARA O INSTAGRAM

O VT foi desenvolvido com a Prefeita de Pocinhos, Eliane Moura dos Santos Galdino – principal responsável por gerir o Hospital e Maternidade Doutor Antônio Luiz Coutinho. O vídeo foi desenvolvido especialmente para ser publicado no reels do Instagram. A gravação aconteceu na praça principal da cidade de Pocinhos, chamada Silvio Souto de Oliveira, que está localizada no centro da cidade, mais especificamente em frente à Igreja Matriz Nossa Senhora da Conceição. Na ocasião, a Prefeita Eliane Galdino falou assuntos relevantes sobre o HMP, como a expectativa dos pocinhenses e moradores das cidades circunvizinhas, a importância da nova página do Instagram, feita singularmente para divulgar sobre a reforma e trabalho realizado no HMP. Ademais, falou sobre as cirurgias, salientando que haverá uma sala exclusiva para as gestantes, e que a reforma do HMP representa a redenção da saúde de Pocinhos, com diversos serviços ofertados, entre eles, cirurgias eletivas. É importante ressaltar, ainda, que há alguns cortes do local onde está sendo gravado com a Prefeita, para a reforma do HMP, com imagens exclusivas, inclusive imagens aéreas, que foram captadas por um drone. Há também um BG musical, com cadência moderada, que auxilia na fixação do que a Prefeita está falando.

ROTEIRO VT 180"

Cliente: Hospital e Maternidade de Pocinhos (HMP)			Peça: VT		
Título: Entrevista com a Prefeita Eliane Galdino			Duração: 180"		
ÁUDIO:		VÍDEO:		LETTERING:	
Trilha: Another Morning - Pold		Inicia com a legenda "Bate-papo com a Prefeita Eliane", com transição para a imagem da Prefeita Eliane Galdino sentada em banco de pedra da Praça Silvio Souto de Oliveira, no Centro de Pocinhos.			
Loc. (Prefeita de Pocinhos): Eliane fala sobre as expectativas da população pocinhense e das cidades circunvizinhas, ressaltando que irá conversar com os gestores da região, para que possam ter uma parceria que abrace a todos, tendo em vista que o Hospital ofertará diversos serviços.		Legenda: Expectativas da população			
Eliane fala sobre a importância das redes sociais, de forma mais específica a página no <i>Instagram</i> , criada singularmente para divulgar a reforma e trabalho do HMP.		Captar imagens da Prefeita Eliane Galdino sentada em banco de pedra na Praça Silvio Souto de Oliveira, no Centro de Pocinhos-PB.			
		Legenda: Redes Sociais			

<p>Eliane fala sobre as cirurgias, salientando que haverá uma sala específica para as gestantes, que ofertará diversos serviços. Diz, ainda, que a reforma do HMP representa a redenção da saúde de Pocinhos-PB.</p> <p>Eliane ressalta, mais uma vez, a expectativa dela e dos cidadãos pocinhenses. Ademais, enfatiza que, através da página no <i>Instagram</i>, a população poderá ficar informada sobre as ações, interagir, mandando sugestões e críticas. Por fim, se despede do público, mandando um beijo no coração, que fiquem com Deus e até outra oportunidade.</p>	<p>Captar imagens da Prefeita Eliane Galdino sentada em banco de pedra na Praça Silvio Souto de Oliveira, no Centro de Pocinhos-PB.</p> <p>Legenda: Cirurgias & Partos</p> <p>Captar imagens da Prefeita Eliane Galdino sentada em banco de pedra na Praça Silvio Souto de Oliveira, no Centro de Pocinhos-PB.</p> <p>Legenda: Expectativas da Gestora</p> <p>Captar imagens da Prefeita Eliane Galdino sentada em banco de pedra na Praça Silvio Souto de Oliveira, no Centro de Pocinhos-PB.</p>	<p>Vinheta com animação da logomarca do Hospital e Maternidade de Pocinhos (HMP)</p>
--	--	--

Para assistir ao VT Publicitário leia o **QR Code** ou acesse o **URL**:



<https://drive.google.com/file/d/1IGgb8JV6JL1FeCNiX22k1CmFo2iO2M7d/view?usp=drivesdk>

APÊNDICE 9

CRIAÇÃO DE ROTEIRO/CONTEÚDO PARA INFLUENCIADORES

ROTEIRO PARA INFLUENCIADORES

A proposta de roteiro para influenciadores digitais foi pensada na construção de uma prosa, realizada juntamente com o Poeta Tiago Monteiro, da cidade de Pocinhos-PB, onde está acontecendo a reforma do Hospital Doutor Antônio Luiz Coutinho. A prosa acontece de maneira descontraída, com uma linguagem coloquial e matuta, gerando expectativa daquilo que está sendo construído e o que acontecerá no Hospital, enfatizando questões relevantes.

Esse material, que resultou na construção de um vídeo publicitário, será postado no Instagram do HMP e do influenciador Poeta Tiago Monteiro – uma produção colaborativa –, com o intuito de gerar ainda mais engajamento para o perfil do Instagram e alcance ao público-alvo.

A proposta acabou criando conteúdo para dois tipos de meios de comunicação. Um VT para redes sociais e outro que, futuramente, pode ser reeditado (em até 60”) para veiculação na televisão.

Para assistir ao VT Publicitário leia o **QR Code** ou acesse o **URL**:



https://drive.google.com/file/d/1IGGOJ1nJcNRDu7lj_pTLozA_vwTo7l4z/view?usp=drivesdk