

O que é ANÚNCIO INSTITUCIONAL?

O gênero anúncio institucional é uma forma de comunicação utilizada por organizações, sejam elas públicas ou privadas, com o objetivo de divulgar informações, princípios, valores, ações ou campanhas que refletem a identidade e os objetivos de uma determinada instituição.

Diferentemente de anúncios comerciais, que visam a venda de produtos ou serviços, anúncios institucionais têm como foco a construção, a manutenção, o cuidado com a “imagem”, o “perfil” da instituição perante o público. Em outras palavras, anúncios institucionais visam promover a identidade da organização e criar uma conexão emocional com o público.

Temas comumente abordados: responsabilidade social, ambiental, educacional, respeito à diversidade etc. São veiculados em diversos meios de comunicação, como televisão, rádio, internet e mídia impressa.

Passo a passo para a elaboração de um Anúncio Institucional – pense, levante hipóteses:

1. Definição do objetivo: é importante saber o que a instituição deseja comunicar – pergunte-se: qual é a mensagem principal: informar, conscientizar ou convocar a comunidade para uma ação específica?

2. Público-alvo: a quem se destina o anúncio/a mensagem – crianças, adolescentes, adultos ou idosos?; conhecer o público é essencial para decidir a linguagem, as imagens e até mesmo o veículo por meio do qual será divulgado o anúncio.

3. Criação da mensagem: a linguagem deve ser clara, objetiva, compreensível ao público para o qual se destina – use palavras que “dialoguem” com esse público.

4. Escolha de cores e de textos verbais e não verbais: as imagens e as cores ajudam a transmitir a mensagem e a chamar a atenção; fotos, gráficos, balões ou desenhos podem ser utilizados para facilitar o entendimento do anúncio; os textos (verbais e não verbais) devem ser organizados com leveza e harmonia.

5. Revisão: é necessária a revisão criteriosa – a ortografia e a gramática estão corretas?; não há sobra nem repetição de informações/palavras/expressões?; a mensagem está clara/enxuta?; as informações são, de fato, essenciais?

6. Divulgação: é preciso saber, antecipadamente, onde e como o anúncio será divulgado – no mural ou no site da escola, por exemplo.

Com anúncios institucionais inteligentes, as empresas conquistam a confiança e a fidelidade dos consumidores, o que, sem dúvida, gera impactos positivos não apenas na reputação da empresa, como também nos resultados financeiros.

Exemplo de anúncio institucional: “Juntos para Algo Melhor”, anúncio institucional da Coca-Cola, criado durante a pandemia. O anúncio tinha como **objetivo** promover a união e a esperança, exatamente, no período de isolamento social e incertezas. A mensagem central era que, mesmo estando separados fisicamente, as pessoas poderiam encontrar maneiras de se conectar para compartilhar bons momentos.

Divulgação: A campanha contou com comerciais para TV e plataformas digitais que mostravam pessoas de diferentes lugares e contextos, compartilhando uma Coca-Cola durante videochamadas ou em pequenas reuniões familiares, respeitando as restrições de distanciamento social. A marca adaptou seu tom para um contexto mais sensível, reconhecendo as dificuldades enfrentadas por muitos, mas mantendo uma mensagem de otimismo.

Resultado: “Juntos para Algo Melhor” conseguiu capturar o espírito de resiliência e comunidade que foi tão essencial durante a pandemia. A campanha ajudou a manter a Coca-Cola relevante e próxima de seus consumidores, mesmo em tempos desafiadores.

CONTEXTUALIZAÇÃO E COMANDO: Imagine que você tenha sido convidado a redigir um **ANÚNCIO INSTITUCIONAL** de uma grande franquia do ramo de Educação. Nesse anúncio, você deve abrir uma campanha em torno da **prevenção e do combate ao bullying escolar**.