



O projeto “Previdência é Coisa de Jovem” acaba de ganhar uma campanha nas redes sociais Instagram e TikTok com o objetivo de criar uma cultura de cuidado com o futuro através da educação financeira e previdenciária. “Sabemos que nosso Propósito vai muito além de oferecer um produto, mas também de levar consciência aos jovens e mostrar que Previdência é sinônimo de Futuro”, diz o grupo de trabalho frente a essa iniciativa.

Uma das finalidades do projeto é promover a criação da comunidade de “#previdencers”, formada por jovens engajados na missão de enriquecer o futuro através da educação financeira e previdenciária. “Estamos aqui para você que quer ser dono da sua própria história e não quer perder tempo, muito menos depender de outras pessoas ou do próprio sistema. Vamos nos conectar com muitas ideias, informações, dicas, e até memes... Mas nosso objetivo é te incentivar a guardar seu rico dinheirinho através da previdência e educação financeira”, traz um dos primeiros posts da campanha no Instagram.

“Previdência é Coisa de Jovem” é uma iniciativa do Grupo Abrapp que começou com a primeira participação no Expo CIEE em 2017. Na ocasião, o grupo participou com um estande na feira para promover a cultura previdenciária entre os estudantes. De lá pra cá foram mais duas participações no evento do CIEE e uma série de ações, que culminaram com uma apresentação no 40º Congresso da Previdência Complementar Fechada em outubro do ano passado, no Espaço UniAbrapp para mais de 100 jovens do ensino médio.

No início de 2020, a Abrapp e UniAbrapp formaram um grupo de trabalho com jovens talentos da própria equipe de colaboradores para aproveitar o potencial das redes sociais. O grupo avançou com propostas na linha memética (estudo formal dos memes) para atrair o público jovem através de posts criativos e vídeos extrovertidos ([assista aqui](#)) que poderiam ser gravados pelos próprios integrantes da equipe.

A proposta é avançar na utilização das redes sociais para ganhar visibilidade em um momento em que as escolas começam a incorporar a educação financeira em seus currículos. O objetivo é multiplicar seguidores e até aparecer na mídia com a ideia de tratar com naturalidade e humor um

tema como a Previdência.

Novas ações - A campanha promoveu a renovação da marca “Previdência é Coisa de Jovem”, utilizando o mesmo conceito, mas com um formato mais moderno. Foram redefinidas as cores em uma nova identidade visual e conteúdos na linha editorial de educação previdenciária, riqueza, e que a previdência é para todos e para jovens. Nesta remodelagem, além do Instagram, com filtros exclusivos da página, também foi criado um perfil no TikTok, na linha de educação cômica, para complementar o projeto.

Na construção da campanha foi identificado qual seria o público-alvo e foram criadas quatro “personas” que resumem minimamente essa galera - o Léo, a Ju, o Jhow e a Bia (pessoas entre 15 a 30 anos, das gerações Y e Z)! Serão publicados no mínimo três posts por semana. Vale a pena conferir [as primeiras postagens](#)!

Fonte: Abrapp em Foco, em 08.07.2020