

Relatos de

Soluções

de Problemas de

Comunicação

RELATO 1: RÉVEILLON DE FORTALEZA 2024

Cliente: Prefeitura Municipal de Fortaleza

O desafio

Após o sucesso da edição anterior do Réveillon de Fortaleza, a Prefeitura precisava superar os excelentes resultados alcançados um ano antes e mostrar que a festa da virada na capital cearense ainda tinha muito espaço para crescer. Para isso, em 2023, o evento aumentou sua proporção, tanto em número de dias, passando a ter três noites de show (29 a 31 de dezembro), quanto em ecleticidade, trazendo uma variedade de ritmos ainda maior, com 20 grandes atrações. Tudo isso acompanhado pelas ações de limpeza que garantiram a sustentabilidade por toda a orla da Beira-Mar. Esse foi o desafio de comunicação da Ágil Comunicação (também responsável pela campanha do ano anterior): transmitir a evolução do Réveillon de Fortaleza. Era preciso instigar o orgulho de todos ao afirmar “eu estive no show do Roberto Carlos à beira mar de Fortaleza”, ou ainda, “eu estive nos três dias do melhor réveillon do país”. Enfim, era preciso transformar um evento, que já era grande, em algo ainda mais diferenciado e desejado.

A solução

Para alcançar o objetivo não bastava à Ágil criar mais do mesmo, mas sim, focar no crescimento dessa festa. Era preciso deixar claro que era uma sequência do evento anterior mas, também, apresentar novos motivos para atrair um público ainda maior. O primeiro passo foi repaginar a marca, mas mantendo seus elementos principais, já que o Réveillon de Fortaleza já havia alcançado popularidade a nível nacional. Com nova cara, mas a mesma personalidade, o próximo ponto foi focar a campanha nas novidades mais marcantes desta nova edição: a maior diversidade nas atrações e os três dias de duração (um a mais que a edição anterior). Outro ponto foi adotar o conceito “O melhor réveillon do Brasil”. A ideia era formalizar o que já estava sendo visto na prática desde 2022: que Fortaleza havia se tornado referência quando o assunto é a virada do ano. Outra mudança decisiva foi a realização do lançamento do evento em São Paulo. Uma festa para traders turísticos e potenciais patrocinadores, realizada dia 24/10/2023 no Tivoli Mofarrej São Paulo Hotel, com show de Nando Reis, e já com a comunicação visual do evento criada pela Ágil, além do vídeo de apresentação da nova edição. Acompanhando o lançamento, foi veiculado também um anúncio do Réveillon de Fortaleza na Folha de São Paulo, que ajudou a impulsionar, ainda mais, a projeção nacional da festa. Avançando para o evento, outro ponto importante foi a escolha de criar uma comunicação específica para o dia 29/12, data em que haveria apenas um show específico, do ícone nacional Roberto Carlos. A agência detectou que, pelo público principal do artista se diferenciar do target das demais atrações, era imprescindível criar peças que destacassem o show de forma isolada, se adequando ao branding do artista, mas deixando claro que fazia parte do evento como um todo. Para os dias 30 e 31/12, as peças ganharam um clima mais quente, voltado para um público mais geral, tendo em vista que as atrações desta edição reuniam de Ney Matogrosso à Luísa Sonza, de Marisa Monte a Alok, de Wesley Safadão a “Titãs Encontro”, uma celebração entre todos os seus integrantes, dentre tantas outras. Feito essa segmentação, era preciso “vestir” Fortaleza com o clima da festa, uma campanha 360 graus que estivesse onde o público estava. Nesse ponto a experiência e a articulação da Ágil falaram alto. A comunicação não apenas marcou presença na TV e internet, como também, foi estrategicamente distribuída nesses meios. Entre as peças destacaram-se o filme de 30 segundos divulgando o evento na TV e internet (179 inserções na TV aberta - veiculação local), spot convidando e divulgando as atrações da festa (744 inserções nas rádios locais), anúncios digitais nos maiores jornais locais, OOH em diversos formatos espalhados pelas principais avenidas de Fortaleza (Eletromidia e



Grupo Urbmidia: 2.950.374 de inserções), banners divulgados por mídia programática em sites da plataforma QUEM nos períodos de outubro, novembro e dezembro entre outras mídias.

Os resultados

Antes mesmo da realização do Réveillon de Fortaleza 2024 os resultados da nova proposta do evento já começaram a aparecer. Comprovando o sucesso do formato e abraçando a evolução da festa, diversas empresas da iniciativa privada compraram a ideia e investiram no evento, novamente bancando a contratação das atrações da virada. O conceito de “Melhor Réveillon do Brasil” foi adotado pelo público e, mais que isso, comprovado na prática pela megaestrutura e os espetáculos das 3 noites. Só o post de lançamento do evento (23/10/23), recebeu mais de 38 mil curtidas, 49 mil compartilhamentos e 2.682 comentários no Instagram. Com a segmentação da comunicação do show do Roberto Carlos, no dia 29, foram mais de meio milhão de pessoas para uma única apresentação. No dia 30, aproximadamente 1 milhão de pessoas curtiram a festa, já na noite da virada, foram 1,2 milhão, totalizando o impressionante número de 2,7 milhões de pessoas nos 3 dias de evento. Um total de 600 mil turistas desembarcaram na capital cearense no período, injetando R\$3,4 bilhões de reais na economia da cidade. O setor hoteleiro de Fortaleza ultrapassou os 96% de ocupação, superando os números do último réveillon. Na internet, a campanha alcançou a marca de 5.334.002 de impressões e 5.909 cliques (Revista QUEM) e ainda 1.159 cliques em anúncios digitais do Jornal OPOVO e 744 cliques no Diário do Nordeste. O post do dia 1 de janeiro de 2024, mostrando a festa da virada, alcançou mais de 580 mil contas alcançadas e 46 mil interações do reel. Já na parte de sustentabilidade, o Réveillon de Fortaleza também deu espetáculo, garantindo a limpeza de toda a orla. Ao todo, foram recolhidas mais de 142 toneladas de lixo da orla da capital cearense graças ao esforço de mais de 300 catadores. Só na área dos grandes shows foram recolhidas 7,5 toneladas de material reciclável nos 30 pontos de descarte de materiais distribuídos pela Prefeitura, gerando uma renda total de cerca de R\$20 mil aos catadores credenciados e suas associações (média de R\$620,00 por catador). Todos esses números alcançados traduzem o que foi visto nesse período em Fortaleza: um lugar onde moradores e turistas entraram no clima de um verdadeiro festival em perfeita harmonia, onde todos presenciaram o crescimento do evento e sua essência sustentável, além da consolidação definitiva como o melhor réveillon do Brasil.

Atesto, para os devidos fins, que as informações aqui contidas refletem a pura verdade.

Fortaleza, 15 de outubro de 2024.


João Batista Uchôa Filho
Coordenador da Publicidade e Marketing
Prefeitura Municipal de Fortaleza


Eduardo Castro Câmara
Sócio-Diretor
Ágil Comunicação e Marketing

RELATO 2 – CAMPANHA MANIFESTO

Cliente: Governo do Estado do Ceará

O desafio

Após sete anos de atuação de gestão, de 2015/2022 do Governo do Estado do Ceará, a Casa Civil solicitou à Ágil uma campanha que ressaltasse as grandes conquistas alcançadas, com ênfase nas realizações dos últimos anos de atuação. O fato é que era preciso resgatar na memória da população que, mesmo enfrentando uma pandemia acompanhada de uma crise econômica global, a administração do Governo do Ceará conseguiu seguir no rumo do crescimento, trazendo melhorias não apenas na saúde (foco no período de pandemia), mas também em outras áreas essenciais como educação, segurança, esportes entre outras. Em resumo, tínhamos que dar mais visibilidade aos grandes feitos, afirmando para a população o grande trabalho que foi feito, apesar de todo o cenário adverso enfrentado.

A solução

Para alcançar o objetivo, a Ágil identificou que era preciso mais que apenas comunicar as ações realizadas pela gestão. Era necessário envelopar a campanha com uma mudança que, além de estar alinhada com o que seria comunicado, também tivesse a função de atrair a atenção da população. Para isso, foi realizada uma mudança de conceito geral do Governo do Ceará, apresentando uma nova versão em total conformidade com o que era preciso ser dito: “Trabalho que dá resultado.” Sob o guarda-chuva do novo conceito, criamos uma campanha completa, com destaque para o filme geral de 60 segundos, com uma linguagem moderna, dinâmica e que pontuou as principais conquistas da gestão, mostrando uma sequência que valoriza a superação e o fato deste Governo ter estado junto ao cearense durante todos os momentos. A peça inicial, o filme de 60”, abordava temas como educação, saúde, segurança, emprego e desenvolvimento, sempre utilizando cenas que fluem de forma orgânica e humanizada, transmitindo a grandiosidade dos feitos e colocando o cearense no centro da mensagem, assinando com o novo conceito. Para causar impacto e levar as mensagens ao máximo de cearenses, a estratégia de mídia diversificou meios e veículos: anúncios de jornal - Diário do Nordeste, Jornal O Povo, O Estado, O Otimista, além de outros jornais regionais - anúncios de revista - Insider, Anuário do Povo (anúncio sequencial), Público A - Banners de internet - veiculados através de mídia programática - filme para TV - TV Verdes Mares, TV Verdes Mares Cariri, TV Diário e TV Jangadeiro, além de mídia indoor em pontos estratégicos e spots temáticos, pulverizando todo o interior do estado. Uma maneira de garantir que os mais variados públicos recebessem a mensagem e lembrassem das principais conquistas.

Os resultados

O impacto da campanha pôde ser sentido pelos altos índices de satisfação dos cearenses em relação à gestão do Governo que se encerrava. Em uma das últimas pesquisas realizadas pelo Instituto Opnus, em parceria com o Jornal O POVO, a aprovação dos cearenses em relação ao desempenho do Governo do Estado do Ceará chegaram ao expressivo número de 78%. Com a boa recepção da campanha, a veiculação, inicialmente prevista para 2 meses de duração, foi ampliada e a campanha ficou no ar por 8 meses, impactando muito mais cearenses e colaborando para o aumento da aprovação da gestão citado anteriormente. Outra consequência positiva foi o filme geral de 60 segundos que, com o sucesso da comunicação, foi desdobrado em





20 filmes menores, de 30 segundos, abordando especificamente as melhorias conquistadas pela gestão. Em resumo, o esforço de comunicação publicitária tornou-se a maior campanha de comunicação do Governo do Ceará dos últimos anos. Uma forma eficaz de mostrar que, se utilizada de forma correta e criativa, a boa comunicação pode ser uma das maiores aliadas na hora de mostrar o que foi entregue para todos os cearenses.

Atesto, para os devidos fins, que as informações aqui contidas refletem a pura verdade.

Fortaleza, 29 de outubro de 2024.

Eduardo Castro Câmara
Sócio-Diretor
Agil Comunicação e Marketing

Larissa Bezerra
Coordenadoria de Marketing
Governo do Estado do Ceará

FICHAS TÉCNICAS – RELATOS 1 – RÉVEILLON FORTALEZA 2024

PEÇA 1:	VT RÉVEILLON 2024
Cliente:	Prefeitura Municipal de Fortaleza
Peça:	Filme
Formato:	30"
Título:	Réveillon 2024 – Atrações
Data de produção:	13 de dezembro de 2023
Período de veiculação:	20 a 31 de dezembro de 2023
Veículo que divulgou a peça:	TV Verdes Mares, TV Jangadeiro, TV Cidade
Problema que a peça se propôs a resolver:	Atrair o público para o Réveillon de Fortaleza, apresentando as novidades da nova edição.

PEÇA 2:	ANÚNCIO RÉVEILLON 2024
Cliente:	Prefeitura Municipal de Fortaleza
Peça:	Anúncio de Jornal
Formato:	Página simples
Título:	Vem viver o melhor réveillon do Brasil
Data de produção:	24 de outubro de 2023
Período de veiculação:	26 de outubro de 2023
Veículo que divulgou a peça:	Jornal Folha de São Paulo
Problema que a peça se propôs a resolver:	Atrair o público para o Réveillon de Fortaleza, apresentando as novidades da nova edição.

PEÇA 3:	PAINEL ROBERTO CARLOS
Cliente:	Prefeitura Municipal de Fortaleza
Peça:	Painel
Formato:	3 m x 6 m
Título:	Vem viver o melhor réveillon do Brasil
Data de produção:	11 de dezembro de 2023
Período de veiculação:	14 a 31 de dezembro de 2023
Veículo que divulgou a peça:	Painel Beira Mar
Problema que a peça se propôs a resolver:	Criar uma comunicação específica para atrair o público do artista e, ao mesmo tempo, divulgar a nova edição do Réveillon de Fortaleza.

PEÇA 4:	PAINEL DE LED
Cliente:	Prefeitura Municipal de Fortaleza
Peça:	Painel de Led
Formato:	3m x 2,5m
Título:	Vem viver o melhor réveillon do Brasil
Data de produção:	30/09/2023
Período de veiculação:	20/10/2023
Veículo que divulgou a peça:	Evento no Tivoli Mofarrej São Paulo Hotel
Problema que a peça se propôs a resolver:	A peça tinha o objetivo de apresentar o réveillon de Fortaleza no evento de lançamento para o trade turístico de São Paulo que aconteceu no Tivoli Mofarrej São Paulo Hotel.

PEÇA 5:	ÔNIBUS TURÍSTICO
Cliente:	Prefeitura Municipal de Fortaleza
Peça:	Envelopamento Fortaleza Bus
Formato:	Envelopamento total
Título:	Réveillon de Fortaleza 2024
Data de produção:	Novembro/2023
Período de veiculação:	Dezembro/2023
Veículo que divulgou a peça:	Fortaleza Bus
Problema que a peça se propôs a resolver:	A peça tinha o objetivo expandir a comunicação do Réveillon de Fortaleza para o público local e turístico durante todo o mês de dezembro, período em que a cidade já recebe um grande número turistas.

FICHAS TÉCNICAS – RELATOS 2 – CAMPANHA MANIFESTO

PEÇA 1:	1 (UM) VT MANIFESTO
Cliente:	Governo do Estado do Ceará
Formato:	60"
Título:	Manifesto
Data de produção:	fevereiro/2022
Período de veiculação:	19/02/2022 a 02/03/2022
Veículo que divulgou a peça:	TV Verdes Mares, TV Verdes Mares Cariri, TV Diário e TV Jangadeiro
Problema que a peça se propôs a resolver:	O desafio de comunicação era promover o trabalho realizado pelo Governo do Estado nesses tempos de pandemia, quando teve que enfrentar e superar junto com a população grandes desafios nas mais diversas áreas.

PEÇA 2:	1 (UM) ANÚNCIO DE JORNAL
Cliente:	Governo do Estado do Ceará
Formato:	Página Simples
Título:	Trabalho que dá resultado
Data de produção:	junho/2022
Período de veiculação:	14/06/2022
Veículo que divulgou a peça:	Jornal do Cariri
Problema que a peça se propôs a resolver:	Reforçar o trabalho do Governo do Estado nas mais diversas áreas no meio jornal.

PEÇA 3:	1(UM) VT MANIFESTO SAÚDE
Cliente:	Governo do Estado do Ceará
Formato:	30"
Título:	Ce Manifesto 002 Descentralização Saúde
Data de produção:	maio/2022
Período de veiculação:	junho/2022
Veículo que divulgou a peça:	TV Verdes Mares, TV Verdes Mares Cariri, TV Diário e TV Jangadeiro
Problema que a peça se propôs a resolver:	Promover o trabalho do Governo do Estado na área, divulgando o processo de descentralização da saúde.

PEÇA 4:	1(UM) VT VIDEOMONITORAMENTO
Cliente:	Governo do Estado do Ceará
Formato:	30"
Título:	Manifesto 2022 B 03 - Videomonitoramento
Data de produção:	setembro/2022
Período de veiculação:	Outubro/2022
Veículo que divulgou a peça:	TV Verdes Mares, TV Verdes Mares Cariri, TV Diário e TV Jangadeiro
Problema que a peça se propôs a resolver:	Promover o trabalho do Governo do Estado na área de segurança, divulgando o novo videomonitoramento

PEÇA 5:	1(UM) VT MANIFESTO EDUCAÇÃO
Cliente:	Governo do Estado do Ceará
Formato:	30"
Título:	Prestação de Contas 2022 - IDEB
Data de produção:	novembro/2022
Período de veiculação:	dezembro de 2022
Veículo que divulgou a peça:	TV Verdes Mares, TV Verdes Mares Cariri, TV Diário e TV Jangadeiro
Problema que a peça se propôs a resolver:	Promover o trabalho do Governo do Estado na área de Educação, divulgando os resultados do IDEB.

À

**COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL
E URBANO DO ESTADO DE SÃO PAULO – CDHU**

A/C Comissão Julgadora da Licitação

**Ref.: LICITAÇÃO Nº 011/24
PROCESSO Nº 10.49.011**

A **ÁGIL COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA**, de acordo com os termos do Edital de Licitação acima citado, apresentou seus **RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO**, cumprindo todas as exigências solicitadas no presente certame licitatório.

Fortaleza/CE, 13 de novembro de 2024

Eduardo Castro Alves Câmara

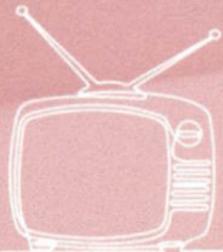
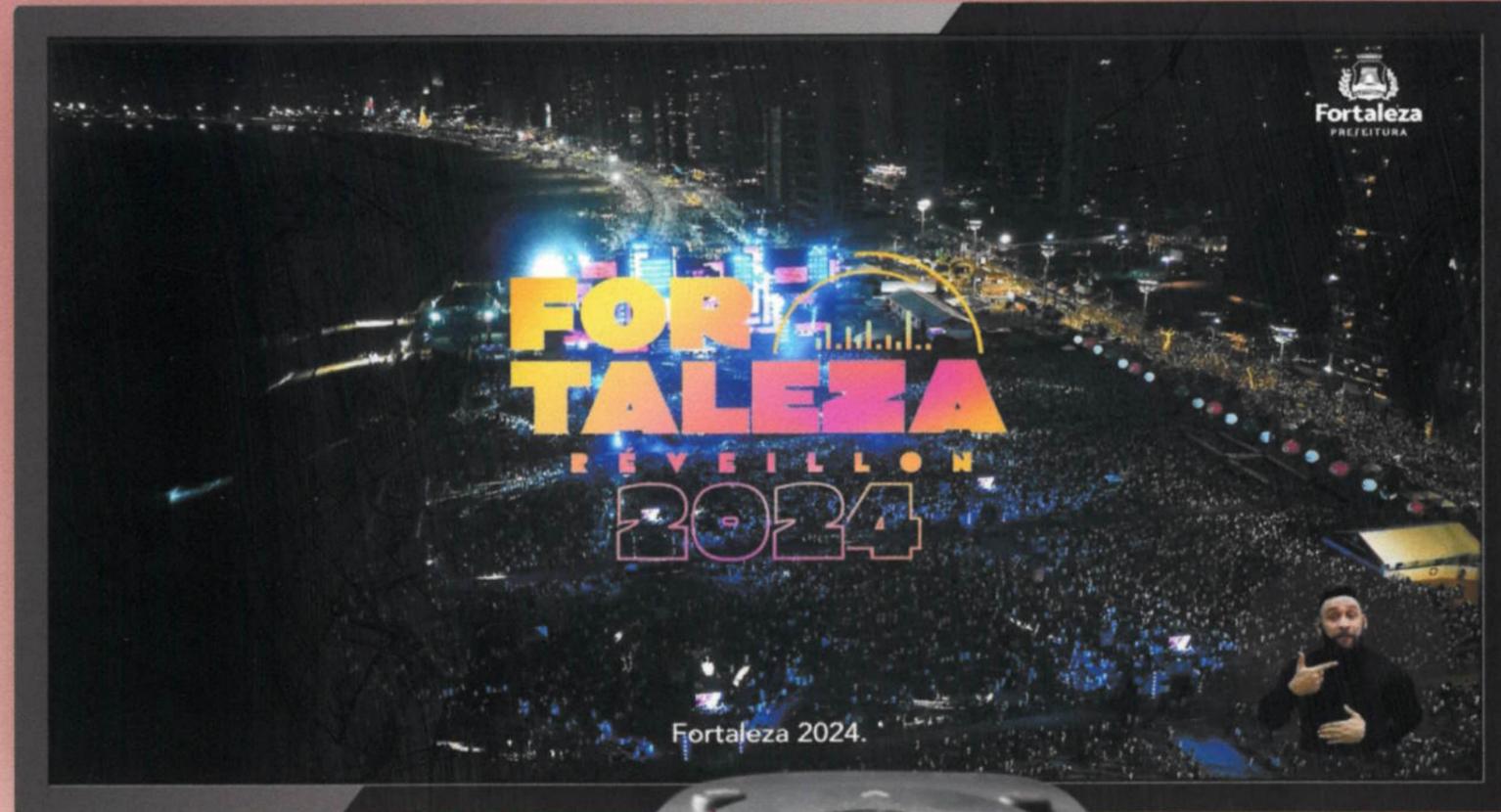
Sócio-Diretor

Doc. Identidade Nº 2002002048660. -SSP-CE

CNPJ:02.832.135/0001-49

AGIL
comunicação

Peça 1 | VT 30" – Réveillon 2024
Prefeitura Municipal de Fortaleza
Título: "Réveillon 2024 – Atrações"
(Arquivo digital no pendrive)





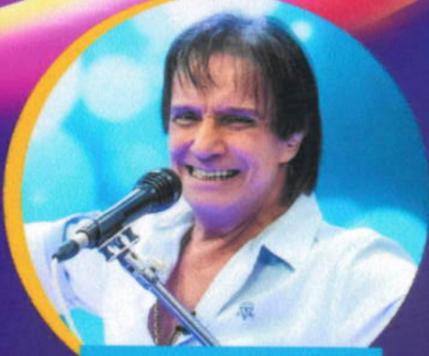
FOR TALEZA

RÉVEILLON 2024

DEM VIVER O MELHOR RÉVEILLON DO BRASIL.

CHEGOU A HORA DE SENTIR GRANDES EMOÇÕES NOS TRÊS DIAS DE UMA FESTA INESQUECÍVEL EM TODOS OS DETALHES.

O Réveillon de Fortaleza 2024 está chegando. Agora são três dias de festa com grandes nomes da música nacional, uma energia contagiante além de muitas outras atrações*, tudo isso em uma megaestrutura na praia com muito alto astral e alegria. Confira mais em reveillondefortaleza.com.br
Pronto para viver essa energia?



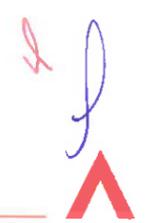
ROBERTO CARLOS

 LUÍSA SONZA	 MARISA MONTE	 ALOK	 MARINA SENA	 NEY MATOGROSSO	 BELL MARQUES
 XAND AVIÃO	 WESLEY SAFADÃO	 TATY GIRL	 JOÃO GOMES	 TITÃS ENCONTRO	 MARI FERNANDEZ
 PÉRICLES	 MURILO HUFF	 CÂMILA MARIETA	 GIOVANA BEZERRA		

DIAS 29, 30 e 31/12
ATERRO DA PRAIA DE IRACEMA
ENTRADA GRATUITA

FOR TALEZA UNESCO VEM FORTALEZA Fortaleza PREFEITURA

* Programação sujeita à alteração.



Peça 3 | Paineis – 3m x 6m – Roberto Carlos
Prefeitura Municipal de Fortaleza
Título: “Vem viver o melhor réveillon do Brasil”

AGIL | Relato 1

FOR TALEZA
RÉVEILLON
2024

VEM VIVER
O MELHOR
RÉVEILLON
DO BRASIL.

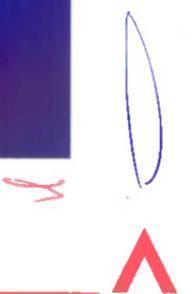
DIA **29/12** | ATERRO DA PRAIA DE IRACEMA
ENTRADA GRATUITA

APOIO:

REALIZAÇÃO:

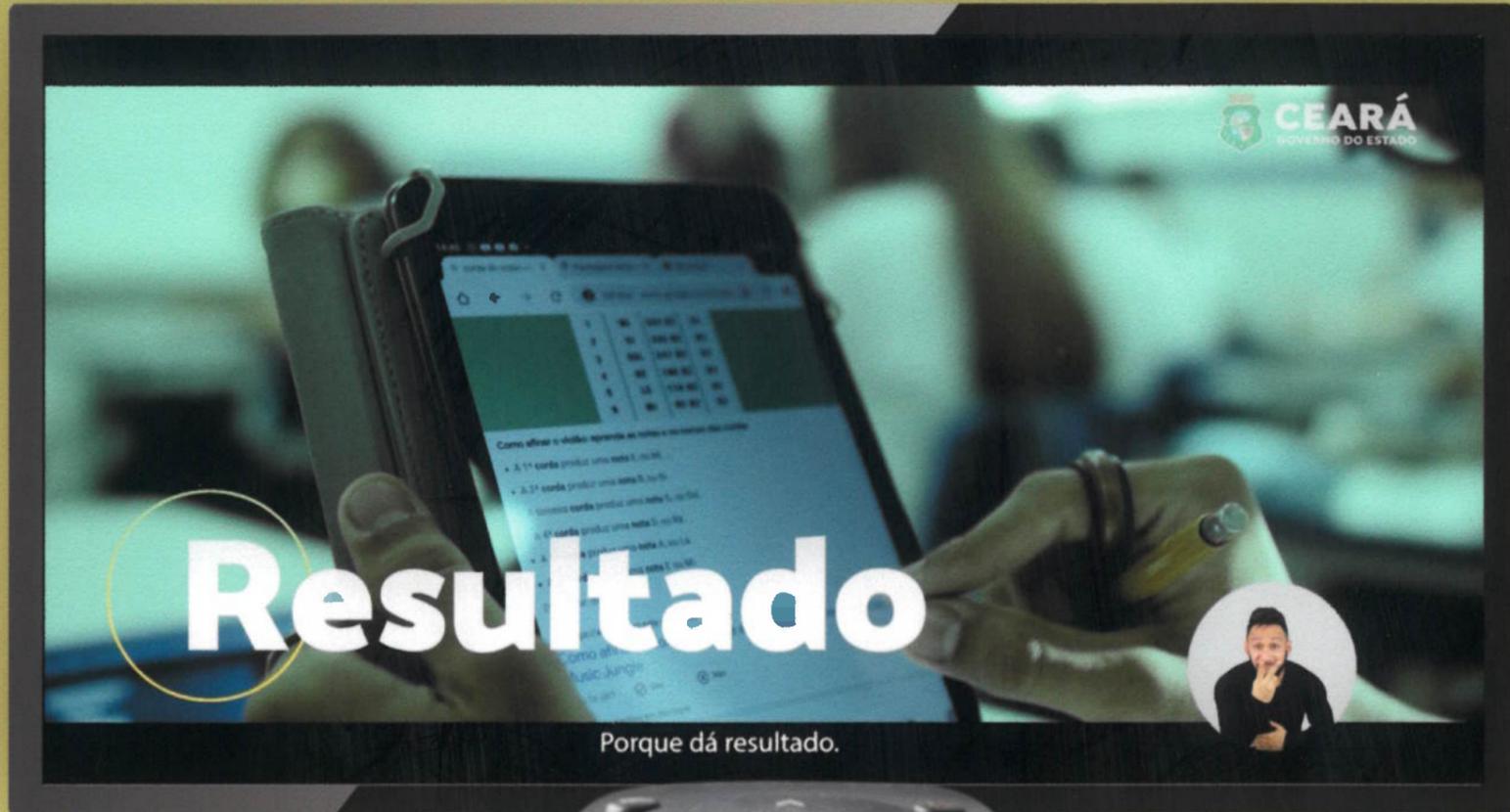


Peça 4 | Painel de Led – 3m x 2,5m
Prefeitura Municipal de Fortaleza
Título: “Vem viver o melhor réveillon do Brasil”





Peça 1 | VT 60" – Manifesto
Cliente: Governo do Estado do Ceará
Título: "Manifesto"
(Arquivo digital no pendrive)





www.ceara.gov.br
f t i s /governodoceara

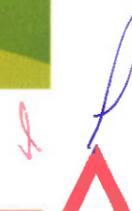
Vitoria Ketlen
Aluna da E.E.M.T.I. Johnson

Trabalho que dá resultado

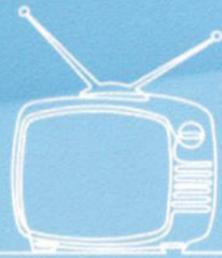
Trabalhar com empenho, seriedade e compromisso dá resultado. No dia a dia do estado e, principalmente, no dia a dia das pessoas. Nos últimos tempos, enfrentamos de tudo e superamos juntos. E o resultado é mais desenvolvimento nos quatro cantos do Ceará. Fruto de um trabalho que não para e chega junto das pessoas quando elas mais precisam. Porque juntos avançamos. E o resultado são dias melhores para cada cearense.

 **CEARÁ**
GOVERNO DO ESTADO

TRABALHO
QUE DÁ
RESULTADO

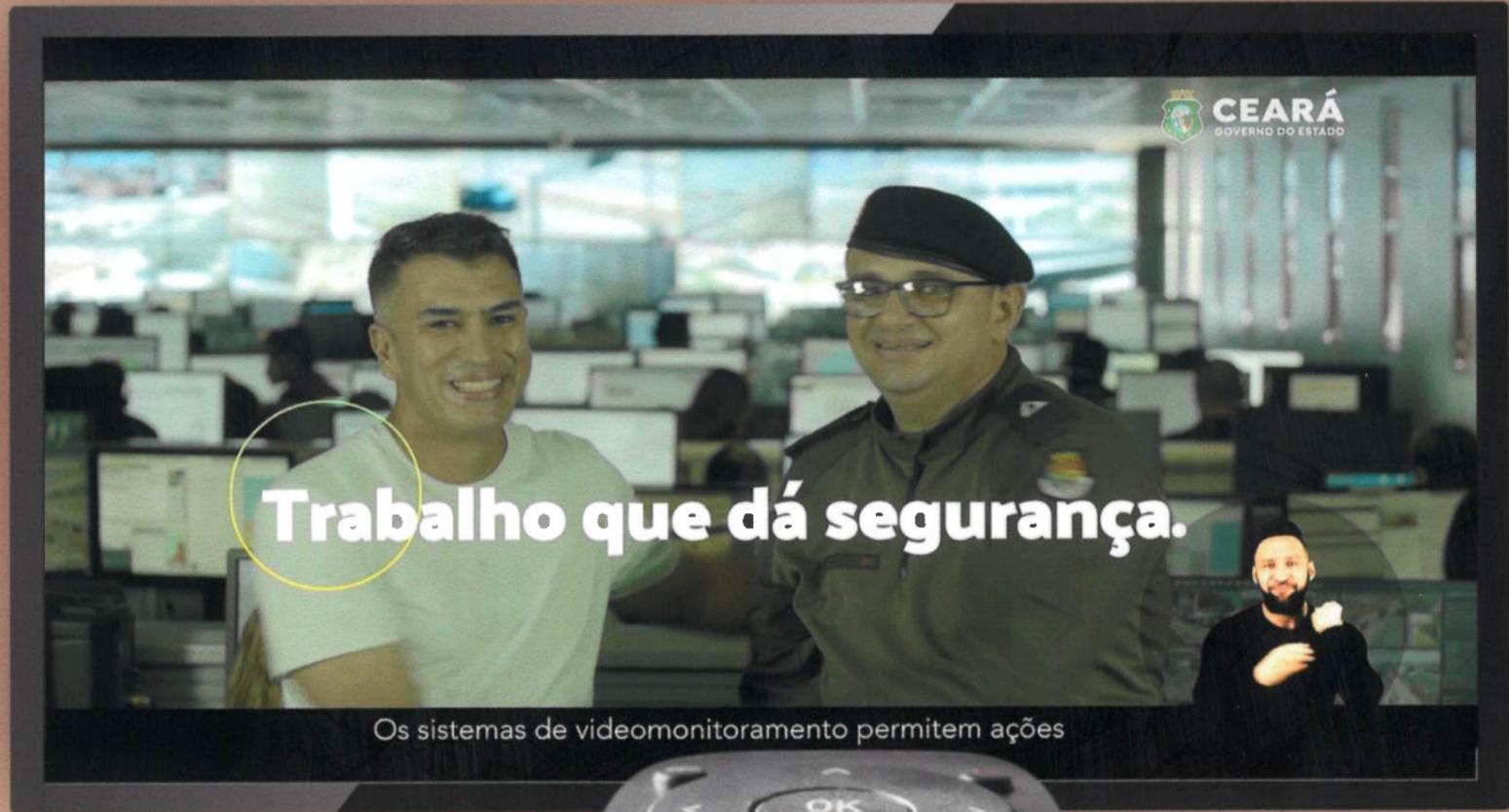


Peça 3 | VT 30" – Manifesto Saúde
Cliente: Governo do Estado do Ceará
Título: "Ce Manifesto 002 Descentralização Saúde"
(Arquivo digital no pendrive)



Peça 4

VT 30" – Videomonitoramento
Cliente: Governo do Estado do Ceará
Titulo: "Manifesto 2022 B 03 - Videomonitoramento"
(Arquivo digital no pendrive)



Peça 5

VT 30" – Manifesto Educação
Cliente: Governo do Estado do Ceará
Título: "Prestação de Contas 2022 - IDEB"
(Arquivo digital no pendrive)



Uma educação de qualidade fruto da parceria

