



B R A S I L





COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO  
HABITACIONAL E URBANO DO  
ESTADO DE SÃO PAULO – CDHU  
LICITAÇÃO Nº 011/2024 –  
MODO DE DISPUTA FECHADO

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE

# COMUNICAÇÃO



DEBRITO BRASIL COMUNICAÇÃO LTDA.

Rua Fidêncio Ramos, 223 - 1º andar - Vila Olímpia  
CEP 04551-010 - São Paulo-SP  
Tel.: (11) 3897-7444 – CNPJ 00.000.424/0001-56

13



**SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE**

Campanha publicitária  
Título: Compre do Pequeno Negócio 2023  
Quantidade de peças: 5



**MINISTÉRIO DA SAÚDE – MS**

Campanha publicitária  
Título: Campanha Nacional de Multivacinação 2023  
Quantidade de peças: 5

*[Handwritten signature]*



**SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE**

Campanha publicitária

Título: Compre do Pequeno Negócio 2023

Quantidade de peças: 5

*Handwritten signature in blue and red ink.*

**CLIENTE: SEBRAE NACIONAL**  
**PRODUTO: COMPRE DO PEQUENO NEGÓCIO 2023 (CDP)**

**Problema**

Conscientizar a população sobre a importância das pequenas empresas e posicionar o empreendedorismo como protagonista do desenvolvimento socioeconômico e ferramenta para uma sociedade mais igualitária.

**Solução**

Em 2023, o Sebrae decidiu relançar a sua icônica campanha (Compre do Pequeno), desenvolvida pela DeBrito Brasil com foco na positividade do empreendedorismo. A estratégia combinou argumentos racionais e elementos emocionais para destacar a importância dos pequenos negócios para a economia.

A escolha de Negra Li como líder da campanha foi estratégica, considerando sua representatividade, identificação com o público e presença *online* relevante. A música “Rap dos Pequenos Negócios”, uma paródia do “Rap da Felicidade”, foi utilizada para gerar conexão emocional e aumentar a recordação da marca.

O conceito da campanha era uma convocação à ação, com o mote “Vai comprar? Compre do pequeno negócio.”. A identidade visual incorporou cores vibrantes para trazer leveza e alegria à comunicação. Um diferencial da campanha foi o gesto popular de formar um coração com as mãos, que se tornou um símbolo do movimento “Compre do Pequeno”.

A campanha “Compre do Pequeno” do Sebrae, cuidadosamente planejada para maximizar o impacto da mensagem e sensibilizar a sociedade, teve como data central o dia 5 de outubro, Dia Nacional da Micro e Pequena Empresa. A estratégia de mídia abrangente incluiu TV aberta e fechada, rádio, mídia exterior e internet.

Além da mídia em TV, na internet a campanha teve grande presença nas principais redes sociais, com conteúdos variados, como estáticos, vídeos e carrosséis. Um projeto especial com o TikTok em forma de desafio, que gerou engajamento e viralização. Ações complementares, como compra de diária em portais, anúncios via mídia programática e veiculação em aplicativos de música, também foram utilizadas. Os meios digitais juntos tiveram 474.854.839 impactos, um engajamento de 9.259.181 e levaram 202.366 acessos para a *landing page* da campanha.

A campanha também contou com a participação de 51 influenciadores, divididos entre micro e médios, que impulsionaram conteúdos e alcançaram mais de 24 milhões de pessoas.

Documento assinado digitalmente  
**gov.br** DANIELLE OLIVEIRA COUTINHO  
Data: 11/11/2024 12:14:41-0300  
Verifique em <https://validar.ti.gov.br>

Danielle Coutinho – Diretora de Contas  
[danielle@debritobrasil.com.br](mailto:danielle@debritobrasil.com.br)

## DEBRITO.

Uma ação especial com a Alexa foi realizada no dia 5 de outubro, oferecendo uma interação única com os usuários e promovendo os pequenos negócios de forma inovadora.

A campanha “Compre do Pequeno” do Sebrae superou as expectativas, obtendo um índice de *Net Sentiment* superior a 91%. As publicações sobre a campanha cresceram mais de 15%, com um pico de 54% no dia 5 de outubro.

Uma pesquisa de percepção realizada com o Instituto Qualibest confirmou o sucesso da campanha. A TV e as redes sociais foram os principais meios de lembrança da campanha. A estratégia musical foi bem-sucedida, e 47% dos entrevistados declararam ter ouvido a música utilizada. A figura de Negra Li foi associada positivamente por um terço dos entrevistados, e 43% lembraram-se de ter visto a campanha. O filme produzido teve um índice de *recall* de 45%.

A pesquisa concluiu que a campanha atingiu seu objetivo de instigar a reflexão sobre a importância de comprar do pequeno negócio, obtendo uma resposta positiva de 86% dos entrevistados. A campanha “Compre do Pequeno” foi um grande sucesso, com resultados expressivos em termos de engajamento, percepção e lembrança.

Documento assinado digitalmente  
**gov.br** DANIELLE OLIVEIRA COUTINHO  
Data: 11/11/2024 12:13:16-0300  
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Danielle Coutinho – Diretora de Contas

[danielle@debritobrasil.com.br](mailto:danielle@debritobrasil.com.br)

## ATESTADO DO CLIENTE

Atestamos para os devidos fins que a DEBRITO BRASIL criou, desenvolveu e produziu a campanha “**Compre do Pequeno Negócio 2023**” de maneira eficaz, primando pela qualidade e pelo cumprimento dos prazos estabelecidos, conforme resultados apresentados no *case* descrito.

Contrato nº 214/2021

Documento assinado digitalmente  
**gov.br** HENRIQUE JOSE NABUCO DE OLIVEIRA SOUZA  
Data: 11/11/2024 10:40:55-0300  
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Henrique José Nabuco de Oliveira Souza

Coordenador de Promoção – Unidade de Comunicação – Sebrae Nacional

[henrique.souza@sebrae.com.br](mailto:henrique.souza@sebrae.com.br)

Tel: (61) 3348-7459

**COMPRE DO PEQUENO - FILME DE TV 60" - PEÇA 1**

**Indicação sucinta do problema:** conscientizar a população sobre a importância das pequenas empresas e posicionar o empreendedorismo como protagonista do desenvolvimento socioeconômico.

No filme de 60", acompanhamos a cantora, atriz e apresentadora Negra Li em uma jornada de apoio aos pequenos negócios da sua região. A peça é um musical embalado pela adaptação do clássico "Rap da Felicidade", um *funk* que marcou e continua a marcar época na cultura do país. O "Rap da Felicidade" se torna o "Rap dos Pequenos Negócios", e a Negra Li passa a corporificar todos os brasileiros que fazem a diferença para o crescimento dos pequenos negócios. Com muita brasilidade, diversidade e letra que fala sobre pertencimento, mostramos o orgulho que é apoiar esses empreendimentos que são o motor da transformação social e econômica do Brasil.

**FICHA TÉCNICA**

<b>Agência:</b>	DEBRITO BRASIL
<b>Cliente:</b>	Sebrae Nacional
<b>Título/Campanha:</b>	Vai comprar? Compre do pequeno negócio.
<b>Atendimento/Criação:</b>	Paulo Bortolotti e Pablo Seabra
<b>Mídia/Produção:</b>	Carla Bertin e Rômulo Oliveira
<b>Aprovação:</b>	Gleber Naime, Marcelo Porlan, Henrique Nabuco e Eduardo Duarte
<b>Data de Produção:</b>	Outubro/2023
<b>Período de Veiculação:</b>	1º a 16 de outubro/2023
<b>Veículos:</b>	Globo, Record, RedeTV, Bandeirantes, SBT, TV Brasil, Globo News, CNN, Band News, Record News, Canal Viva, Multishow, AXN, Discovery, Discovery Home&Healthy, Universal TV, Warner Channel e GNT.

\*Peça apresentada em *pen drive*.

## DEBRITO.

### COMPRE DO PEQUENO – SPOT RÁDIO 30” – PEÇA 2

**Indicação sucinta do problema:** conscientizar a população sobre a importância das pequenas empresas e posicionar o empreendedorismo como protagonista do desenvolvimento socioeconômico.

Nas rádios, o *spot* transmitido foi uma adaptação, paródia, do clássico “Rap da Felicidade”, música que marcou e continua a marcar época na cultura do país. O “Rap da Felicidade” se torna o “Rap dos Pequenos Negócios”, e a Negra Li é a voz de todos os brasileiros que fazem a diferença para o crescimento dos pequenos negócios. As adaptações da melodia e da letra invocaram elementos de *rap* e *funk* para amplificar a mensagem e a identificação do público com a memória afetiva da música original.

SPOT.

#### FICHA TÉCNICA

<b>Agência:</b>	DEBRITO BRASIL
<b>Cliente:</b>	Sebrae Nacional
<b>Título/Campanha:</b>	Vai comprar? Compre do pequeno negócio.
<b>Atendimento/Criação:</b>	Paulo Bortolotti e Pablo Seabra
<b>Mídia/Produção:</b>	Carla Bertin e Rômulo Oliveira
<b>Aprovação:</b>	Gleber Naime, Marcelo Porlan, Henrique Nabuco e Eduardo Duarte
<b>Data de Produção:</b>	Outubro/2023
<b>Período de Veiculação:</b>	1º a 16 de outubro/2023
<b>Veículos:</b>	Alpha FM, CBN, Jangadeiro, Rádio Clube FM, Mix FM, Gazeta, Pirajussara FM, Ponto Final, FM O Dia, Atividade e Antena 1.

\*Peça apresentada em *pen drive*.

**COMPRE DO PEQUENO – MUB – PEÇA 3**

**Indicação sucinta do problema:** conscientizar a população sobre a importância das pequenas empresas e posicionar o empreendedorismo como protagonista do desenvolvimento socioeconômico.

A mídia exterior também foi utilizada com peças em DOOH e OOH em locais de grande circulação. Juntas, as mídias *offline* tiveram um impacto de 407.100.000 pessoas, sendo uma peça com alto poder de cobertura em todo o país. Sua mensagem personalizada para cada região do Brasil permitiu atingir motoristas e pedestres 24 horas por dia em diferentes circuitos.

**FICHA TÉCNICA**

<b>Agência:</b>	DEBRITO BRASIL
<b>Cliente:</b>	Sebrae Nacional
<b>Título/Campanha:</b>	Vai comprar? Compre do pequeno negócio.
<b>Atendimento/Criação:</b>	Paulo Bortolotti e Pablo Seabra
<b>Mídia/Produção:</b>	Carla Bertin e Rômulo Oliveira
<b>Aprovação:</b>	Gleber Naime, Marcelo Porlan, Henrique Nabuco e Eduardo Duarte
<b>Data de Produção:</b>	Outubro/2023
<b>Período de Veiculação:</b>	1º a 16 de outubro/2023
<b>Veículos:</b>	Fluxo Mídia, SP 360, Nova Lapa, RZK Digital, Mude, Clear Channel, Imobi, Tomi, RV Mídia, Rio Verde, Plus Mídia e Insight.

**COMPRE DO PEQUENO – BANNER INTERNET INTERATIVO – PEÇA 4**

**Indicação sucinta do problema:** conscientizar a população sobre a importância das pequenas empresas e posicionar o empreendedorismo como protagonista do desenvolvimento socioeconômico.

O formato cutting edge expansivo foi escolhido por ter alto impacto e intervenção direta na página inicial do site, gerando uma abordagem comunicacional moderna e interativa. Foram 10.428.282 impressões, que geraram 6.811 cliques, com um CTR de 0,07% e viewability de 73,19%.

**FICHA TÉCNICA**

<b>Agência:</b>	DEBRITO BRASIL
<b>Cliente:</b>	Sebrae Nacional
<b>Título/Campanha:</b>	Vai comprar? Compre do pequeno negócio.
<b>Atendimento/Criação:</b>	Paulo Bortolotti e Pablo Seabra
<b>Mídia/Produção:</b>	Carla Bertin e Rômulo Oliveira
<b>Aprovação:</b>	Gleber Naime, Marcelo Porlan, Henrique Nabuco e Eduardo Duarte
<b>Data de Produção:</b>	Outubro/2023
<b>Período de Veiculação:</b>	5 de outubro/2023
<b>Veículos:</b>	UOL

\*Peça apresentada em *pen drive*.

## DEBRITO.

### COMPRE DO PEQUENO – BRANDED MISSION – PEÇA 5

**Indicação sucinta do problema:** conscientizar a população sobre a importância das pequenas empresas e posicionar o empreendedorismo como protagonista do desenvolvimento socioeconômico.

O formato cutting edge expansivo foi escolhido por ter alto impacto e intervenção direta na página inicial do site, gerando uma abordagem comunicacional moderna e interativa. Foram 10.428.282 impressões, que geraram 6.811 cliques, com um CTR de 0,07% e viewability de 73,19%.

#### FICHA TÉCNICA

<b>Agência:</b>	DEBRITO BRASIL
<b>Cliente:</b>	Sebrae Nacional
<b>Título/Campanha:</b>	Vai comprar? Compre do pequeno negócio.
<b>Atendimento/Criação:</b>	Paulo Bortolotti e Pablo Seabra
<b>Mídia/Produção:</b>	Carla Bertin e Rômulo Oliveira
<b>Aprovação:</b>	Gleber Naime, Marcelo Porlan, Henrique Nabuco e Eduardo Duarte
<b>Data de Produção:</b>	Outubro/2023
<b>Período de Veiculação:</b>	5 a 31 de outubro/2023
<b>Veículos:</b>	Tik Tok

\*Peça apresentada em *pen drive*.





**MINISTÉRIO DA SAÚDE – MS**

Campanha publicitária

Título: Campanha Nacional de Multivacinação 2023

Quantidade de peças: 5

**CLIENTE: MINISTÉRIO DA SAÚDE****PRODUTO: CAMPANHA NACIONAL DE MULTIVACINAÇÃO 2023****Problema**

Diante das baixas coberturas vacinais e do risco de epidemias de poliomielite e sarampo, o Ministério da Saúde solicitou uma campanha de multivacinação com âmbito nacional para atualização da Caderneta de Vacinação de crianças e adolescentes menores de 15 anos.

**Solução**

A estratégia adotada pela DeBrito Brasil foi a criação de uma campanha de vacinação abrangente, com informações fidedignas e ações de comunicação impactantes. Um filme protagonizado por Xuxa e Zé Gotinha foi veiculado em TV aberta e fechada, internet e cinema, incorporando saúde, nostalgia e bom humor. A estratégia envolveu comunicação clara, regionalização e foco em personagens-chave.

A Xuxa entra a bordo dessa aventura e utiliza a sua icônica nave para garantir que a mensagem de proteção chegue a todas as crianças do país. Pela primeira vez somos apresentados ao interior da espaçonave, com um visual totalmente atualizado para mesclar a modernidade com os elementos nostálgicos que marcaram a infância dos brasileiros. A viagem pelo país é marcada por muita informação, diversidade, ação, heroísmo, comédia e música, com a canção original, “*Quem ama, vacina*”, ditando o ritmo dessa aventura. Interpretada pela Xuxa, a música foi composta especialmente para o filme, e a sua letra reforça a importância da vacinação. A fotografia em diferentes locações, os efeitos especiais e a animação em 3D deram ao filme um ar cinematográfico jamais visto em uma campanha do segmento.

Durante todo o período de veiculação, foram também criadas peças interativas exclusivas para impactar o público e reforçar a mensagem da campanha. Em Salvador, personalizamos um elevador residencial com a nave da Xuxa. O objetivo era levar ao público a experiência de viajar com a Xuxa e o Zé Gotinha pelo país. Já em São Paulo, envelopamos uma ilha urbana na Avenida Paulista com a nave da Xuxa e uma estátua do Zé Gotinha em tamanho real. Com mais de 95 milhões de pessoas impactadas, a peça gerou mídia espontânea entre os usuários de redes sociais compartilhando fotos ao lado do Zé Gotinha. Outro destaque de mídia foi a divulgação da campanha no cinema no dia do lançamento do novo filme da Xuxa. O filme de 60” foi veiculado antes de iniciar a sessão e, além disso, colocamos um *display* interativo na entrada do cinema que possibilitava ao público tirar fotos com os personagens da campanha.



Documento assinado digitalmente  
VANESSA MONTEIRO DA SILVA  
Data: 11/11/2024 10:16:40-0300  
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Vanessa Monteiro – Diretora de Contas  
[vanessa@debritobrasil.com.br](mailto:vanessa@debritobrasil.com.br)

## DEBRITO.

Uma pesquisa contratada pela DeBrito e realizada pela DataFolha em novembro de 2023 mostrou que a mensagem da campanha obteve 98% de relevância e 87% de aprovação entre o público-alvo. Seu alcance massivo na TV aberta atingiu diferentes faixas etárias e estratos sociais. Já no *online*, a campanha gerou um engajamento significativo nas redes sociais, com *hashtags* específicas e compartilhamento de depoimentos positivos por meio de influenciadores e figuras importantes da nossa sociedade, como políticos, jornalistas e outras figuras públicas, chegando a entrar no *trending topics* da plataforma X (Twitter) na data de seu lançamento.

O sucesso da campanha e a eficácia da estratégia de comunicação criada pela agência foram comprovados com o aumento expressivo nas taxas de vacinação do seu público-alvo. Além disso, a campanha levou a sociedade brasileira a discutir a importância da imunização, não apenas das crianças, mas de todas as faixas etárias. Dados preliminares revelaram um aumento nas coberturas vacinais de oito vacinas do calendário infantil em comparação com todo o ano de 2022. O Brasil experimentou uma reversão na tendência de queda nos índices vacinais que persistia desde 2016, representando um marco positivo para a saúde pública. Todos os estados apresentaram aumento de cobertura para a vacina DTP. Vinte e seis estados aumentaram a cobertura de poliomielite e 1ª dose de tríplice viral. Vinte e quatro estados aumentaram a cobertura de hepatite A meningocócica e 1ª dose de tríplice viral. Vinte e três estados aumentaram a cobertura da vacina pneumocócica.

Documento assinado digitalmente  
**gov.br** VANESSA MONTEIRO DA SILVA  
Data: 11/11/2024 10:03:04-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

Vanessa Monteiro – Diretora de Contas  
[vanessa@debritobrasil.com.br](mailto:vanessa@debritobrasil.com.br)

## ATESTADO DO CLIENTE

Atestamos para os devidos fins que a DEBRITO BRASIL criou, desenvolveu e produziu a campanha “**Multivacinação 2023**” de maneira eficaz, primando pela qualidade e pelo cumprimento dos prazos estabelecidos, conforme resultados apresentados no *case* descrito.

Contrato nº 004/2023

Documento assinado digitalmente  
**gov.br** POLIANA BATISTA DE OLIVEIRA  
Data: 11/11/2024 10:13:33-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

Poliana de Oliveira  
Coordenadora de Publicidade  
[poliana.boliveira@saude.gov.br](mailto:poliana.boliveira@saude.gov.br)  
Tel: (61) 3315-2351

**MULTIVACINAÇÃO – COMERCIAL DE TELEVISÃO 60” – PEÇA 1**

**Indicação sucinta do problema:** diante das baixas coberturas vacinais, foi criada uma campanha de multivacinação de âmbito nacional para atualização da Caderneta de Vacinação de crianças e adolescentes.

Com grande penetração em todas as camadas da sociedade, o filme permitiu explorar o real potencial da mensagem de forma criativa. A importância do tema, aliada ao poder audiovisual, gerou um *recall* altíssimo entre o público-alvo, proporcionando um *feedback* extremamente positivo para a peça. O filme foi veiculado na TV e na internet.

**FICHA TÉCNICA**

<b>Agência:</b>	DEBRITO BRASIL
<b>Cliente:</b>	Ministério da Saúde
<b>Título/Campanha:</b>	Campanha Nacional de Multivacinação 2023
<b>Atendimento/Criação:</b>	Vanessa Monteiro e Pablo Seabra
<b>Mídia/Produção:</b>	Soraia Duarte e Rômulo Oliveira
<b>Aprovação:</b>	Maria Elisa Andries, Yole Mendonça, Cláudio Evaristo, Juliana Vieira, Nathália Gardini e Rafael Atuchi
<b>Data de Produção:</b>	Julho/2023
<b>Período de Veiculação:</b>	Agosto a novembro/2023
<b>Veículos:</b>	Globo, Record TV, Band, RedeTV, SBT, Alpha Channel, Balsas TV, Brasil Oeste, Cabo Frio TV, Canal Folha, CNT Salvador, CNT São Paulo, CNT Tropical, Globo News, ISTV, Mega TV, Nova TV, Rede Ngt, Sistema WCS de Comunicação, SporTV, Televisão Cidade Verde, Terê TV, TV A, TV A Crítica - Sinop, TV Altiora, TV Amazon Sat, TV Athenas, TV Baiana, TV Boas Novas Belém, TV Brasil, TV Café com Leite, TV C Mara SP, TV Capital, TV Cerrado, TV Claret, TV Cultura, TV Cultura Paulista, TV Diário, TV Educativa MS, TV Grão Pará, TV Guará, TV Imaculada Conceição, TV Itararé, TV Mais, TV Mais ABC, TV Mais Ribeirão, TV Mercosul, TV Metrópole, TV Nazaré, TV Nova Nordeste, TV O Povo, TV Padre Cícero, TV Peixoto, TV Preve, TV Rede Estação, TV Rit, TV Sentinela, TV Sul Bahia, TVT, TV Todo Dia, TV União Regional Fortaleza, Universal e Viva.

\*Peça apresentada em *pen drive*.

## DEBRITO.

### MULTIVACINAÇÃO – FILME CINEMA 15” – PEÇA 2

**Indicação sucinta do problema:** diante das baixas coberturas vacinais, foi criada uma campanha de multivacinação de âmbito nacional para atualização da Caderneta de Vacinação de crianças e adolescentes.

Peça criada para ser veiculada exclusivamente nos cinemas do Brasil. O filme utilizou uma metalinguagem, em que vemos o personagem Zé Gotinha assistindo ao filme principal da campanha em uma tela de cinema. Com uso de 3D e uma linguagem voltada para o meio, conseguimos atingir diretamente os pais, responsáveis e crianças e adolescentes de 0 a 15 anos que frequentaram as salas de cinema no período de veiculação da campanha.

#### FICHA TÉCNICA

<b>Agência:</b>	DEBRITO BRASIL
<b>Cliente:</b>	Ministério da Saúde
<b>Título/Campanha:</b>	Campanha Nacional de Multivacinação 2023
<b>Atendimento/Criação:</b>	Vanessa Monteiro e Pablo Seabra
<b>Mídia/Produção:</b>	Soraia Duarte e Rômulo Oliveira
<b>Aprovação:</b>	Maria Elisa Andries, Yole Mendonça, Cláudio Evaristo, Juliana Vieira, Nathália Gardini e Rafael Atuchi
<b>Data de Produção:</b>	Julho/2023
<b>Período de Veiculação:</b>	Agosto a novembro/2023
<b>Veículo:</b>	Rede Cinemark

\*Peça apresentada em *pen drive*.

CINEMA.

**MULTIVACINAÇÃO – PARADA DE ÔNIBUS COM ZÉ GOTINHA 3D – PEÇA 3**

**Indicação sucinta do problema:** diante das baixas coberturas vacinais, foi criada uma campanha de multivacinação de âmbito nacional para atualização da Caderneta de Vacinação de crianças e adolescentes.

Envelopamos uma ilha urbana em São Paulo com a nave da Xuxa e uma estátua do Zé Gotinha em tamanho real. A peça impactou milhões de pessoas, além de gerar mídia espontânea entre os usuários de redes sociais com o compartilhamento de fotos ao lado do Zé Gotinha.

**FICHA TÉCNICA**

<b>Agência:</b>	DEBRITO BRASIL
<b>Cliente:</b>	Ministério da Saúde
<b>Título/Campanha:</b>	Campanha Nacional de Multivacinação 2023
<b>Atendimento/Criação:</b>	Vanessa Monteiro e Pablo Seabra
<b>Mídia/Produção:</b>	Soraia Duarte e Rômulo Oliveira
<b>Aprovação:</b>	Maria Elisa Andries, Yole Mendonça, Cláudio Evaristo, Juliana Vieira, Nathália Gardini e Rafael Atuchi
<b>Data de Produção:</b>	Julho/2023
<b>Período de Veiculação:</b>	Agosto a novembro/2023
<b>Veículo:</b>	Eletromídia

**MULTIVACINAÇÃO – ANÚNCIO DE REVISTA – PEÇA 4**

**Indicação sucinta do problema:** diante das baixas coberturas vacinais, foi criada uma campanha de multivacinação de âmbito nacional para atualização da Caderneta de Vacinação de crianças e adolescentes.

Veiculamos a campanha em 3 revistas grandes em audiência com segmentos variados com circulação nacional. Esse complemento foi importante para levarmos a mensagem para o máximo de pessoas diferentes possíveis formadoras de opinião. Todas elas foram contempladas com uma página simples.

**FICHA TÉCNICA**

<b>Agência:</b>	DEBRITO BRASIL
<b>Cliente:</b>	Ministério da Saúde
<b>Título/Campanha:</b>	Campanha Nacional de Multivacinação 2023
<b>Atendimento/Criação:</b>	Vanessa Monteiro e Pablo Seabra
<b>Mídia/Produção:</b>	Soraia Duarte e Rômulo Oliveira
<b>Aprovação:</b>	Maria Elisa Andries, Yole Mendonça, Cláudio Evaristo, Juliana Vieira, Nathália Gardini e Rafael Atuchi
<b>Data de Produção:</b>	Julho/2023
<b>Período de Veiculação:</b>	Agosto a novembro/2023
<b>Veículo:</b>	Carta, Revista Isto É e Revista Nordeste

**MULTIVACINAÇÃO – MINIDOOOR SOCIAL - PEÇA 5**

**Indicação sucinta do problema:** diante das baixas coberturas vacinais, foi criada uma campanha de multivacinação de âmbito nacional para atualização da caderneta de vacinação de crianças e adolescentes.

O minidoor social são placas instaladas nos muros residenciais das grandes comunidades e favelas, lugares esses, na sua grande maioria, carentes de informação. Com isso, instalamos placas em várias comunidades espalhadas pelo Brasil de maneira regional de acordo com os calendários vacinais de cada praça.

**FICHA TÉCNICA**

<b>Agência:</b>	DEBRITO BRASIL
<b>Cliente:</b>	Ministério da Saúde
<b>Título/Campanha:</b>	Campanha Nacional de Multivacinação 2023
<b>Atendimento/Criação:</b>	Vanessa Monteiro e Pablo Seabra
<b>Mídia/Produção:</b>	Soraia Duarte e Rômulo Oliveira
<b>Aprovação:</b>	Maria Elisa Andries, Yole Mendonça, Cláudio Evaristo, Juliana Vieira, Nathália Gardini e Rafael Atuchi
<b>Data de Produção:</b>	Julho/2023
<b>Período de Veiculação:</b>	Agosto a novembro/2023
<b>Veículo:</b>	Mídia 10 Propaganda, Media Brasil Publicidade, ADDICT, Comunidade Door, Nós Novo, Ponto Comunitário, ANF, Sou Favela +.



**DEBRITO.**

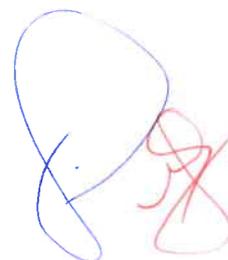
Declaramos o encerramento da apresentação do Invólucro 3 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, composto de 18 páginas, incluindo esta.

São Paulo, 13 de novembro de 2024.



DEBRITO BRASIL COMUNICAÇÃO LTDA  
Geraldo Martins De Brito  
Sócio diretor

Geraldo Martins de Brito  
De Brito Brasil  
Comunicação Ltda  
Sócio Diretor



**TERMO DE ENCERRAMENTO.**



São Paulo | Brasília | Rio de Janeiro

**[debritobrasil.com.br](http://debritobrasil.com.br)**



agenciadebrito



debritopropaganda

VAI COMPRAR?  
COMPRE DO  
PEQUENO  
NEGÓCIO.

compre do  
pequeno



Movimente a economia  
e fortaleça o Brasil.



Saiba mais em: [sebrae.com.br/compredopequeno](http://sebrae.com.br/compredopequeno).

☎ 0800 570 0800 baixe o app e siga o @sebrae nas redes sociais.

**SEBRAE**

*Handwritten marks: a blue circle, a red scribble, and a blue signature.*



*Handwritten signatures and initials in blue and red ink.*

DISQUE SAÚDE **136**  
f /minsaude  
@ /ministeriodasaude  
/MinSaudeBR



Xuxa  
Rainha das  
Baixinhos

# QUEM AMA, VACINA.

CHEGOU A HORA DE  
CONVOCAR OS BAIXINHOS  
E BAIXINHAS DE TODO  
O BRASIL PARA O  
MOVIMENTO NACIONAL  
PELA VACINAÇÃO.

Saiba mais em  
[gov.br/multivacinacao](http://gov.br/multivacinacao)

ATUALIZE A CADERNETA DE VACINAÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES MENORES DE 15 ANOS.

CONSULTE O CALENDÁRIO  
DE VACINAÇÃO DA SUA CIDADE  
E VACINE QUEM VOCÊ AMA.



DISQUE SAÚDE **136**

[/minsaude](#)  
[/ministeriodasaude](#)  
[/MinSaudeBR](#)



**Xuxa**  
Rainha dos  
baixinhos

# ATENÇÃO, SÃO PAULO.

**ATUALIZE A CADERNETA  
DE VACINAÇÃO DE CRIANÇAS  
E ADOLESCENTES MENORES  
DE 15 ANOS.**

**30/09**  
A  
**31/10**

**DIAD**  
**07/10**

Saiba mais em  
[gov.br/multivacinacao](http://gov.br/multivacinacao)



**BAIXINHOS E BAIXINHAS  
MAIS PROTEGIDOS**

SUS  MINISTÉRIO DA  
SAÚDE

GOVERNO FEDERAL  
**BRASIL**  
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

## PEÇAS REPERTÓRIO



## PEÇAS CASES

