



[www.cuiaba.mt.gov.br](http://www.cuiaba.mt.gov.br)

[/prefeituracba](#) [@cuiabaprefeitura](#) [@cuiabasecom](#)

## ISSO NÃO PRECISA **SE REPETIR** **QUEIMADAS EM CUIABÁ** **AGORA É CRIME O ANO TODO**

**DESTA VEZ, PODEMOS  
FAZER DIFERENTE**

### **DENUNCIE:**

Bombeiros  
**193**

Defesa Civil de Cuiabá  
**(65) 99244.4018**

Web Denúncias  
**sorp.cuiaba.mt.gov.br**



### **CAMPANHA**

## **QUEIMADAS EM CUIABÁ AGORA É CRIME O ANO TODO**

### **OBJETIVO DA CAMPANHA**

Alertar a população sobre a proibição permanente das queimadas urbanas em Cuiabá, informando que a prática passou a ser considerada crime durante todo o ano. O objetivo principal foi prevenir a ocorrência de incêndios urbanos, reduzir danos ambientais e à saúde da população, e conscientizar sobre os impactos legais e sociais provocados pelas queimadas.

### **JUSTIFICATIVA DA AÇÃO PUBLICITÁRIA**

Todos os anos, o período de estiagem traz consigo um aumento expressivo de queimadas urbanas, causando prejuízos ambientais, agravando problemas



respiratórios e comprometendo a qualidade do ar. Com a sanção da nova legislação municipal que proíbe queimadas o ano inteiro, tornou-se essencial uma ação de comunicação ampla, clara e direta, informando a população sobre a nova norma, seus efeitos e canais de denúncia.

A campanha reforça o papel da Prefeitura como agente de fiscalização e de promoção da educação ambiental, estimulando a responsabilidade coletiva.



## CONCEITO CRIATIVO E ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

Com forte apelo social, a campanha marcou um novo posicionamento da Prefeitura diante de um problema recorrente na capital: as queimadas urbanas. A nova legislação municipal, que proíbe a prática durante todo o ano, exigia uma abordagem contundente, educativa e emocional — e assim nasceu uma das campanhas mais emblemáticas de 2025

O conceito criativo foi estruturado sobre a mensagem central “Isso não precisa se repetir”, seguida do alerta **“Queimadas em Cuiabá — Agora é crime o ano todo”**. A ideia parte da memória visual do impacto que o fogo promove na vida das pessoas — fumaça, destruição e emergência. O conceito associa emoção, consciência e urgência, estimulando a reflexão do público sobre a repetição de práticas nocivas e o papel de cada cidadão na prevenção.

O recurso visual da fumaça foi utilizado como elemento narrativo nas animações e no filme, simbolizando o risco que se espalha pela cidade, mas que pode ser evitado. A paleta de cores predominante (preto e laranja) reforça o tom de alerta e de ação imediata, enquanto a tipografia institucional assegura a identidade da Prefeitura de Cuiabá.

Com veiculação em TV, rádio, jornal, mídia exterior e plataformas digitais, a campanha alcançou todos os públicos, estimulando a denúncia e a mudança de comportamento. Mais do que uma ação informativa, a campanha contra as queimadas foi um manifesto pelo cuidado com a cidade. Ela traduziu, de forma simbólica e contundente, o papel da comunicação como ponte entre consciência, legislação e transformação social.

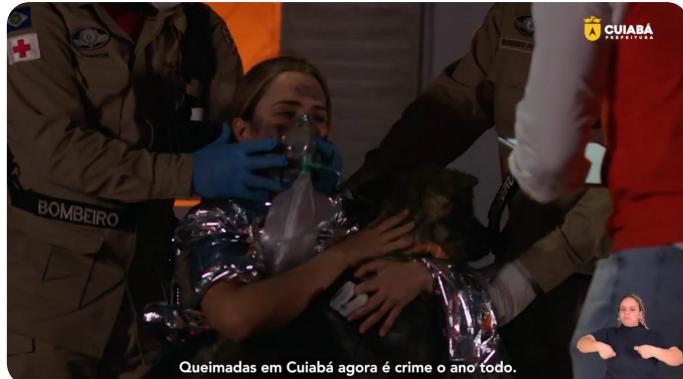


## PEÇAS PRODUZIDAS E MEIOS DE DIVULGAÇÃO

A campanha foi desenvolvida em diversos formatos para garantir alcance e frequência da mensagem junto à população.



## ► FILMES DE 30 SEGUNDOS



<https://www.youtube.com/watch?v=Pp9glwdnHN8>

## ► SPOT DE RÁDIO DE 30 SEGUNDOS

## ► ANÚNCIO DE JORNAL

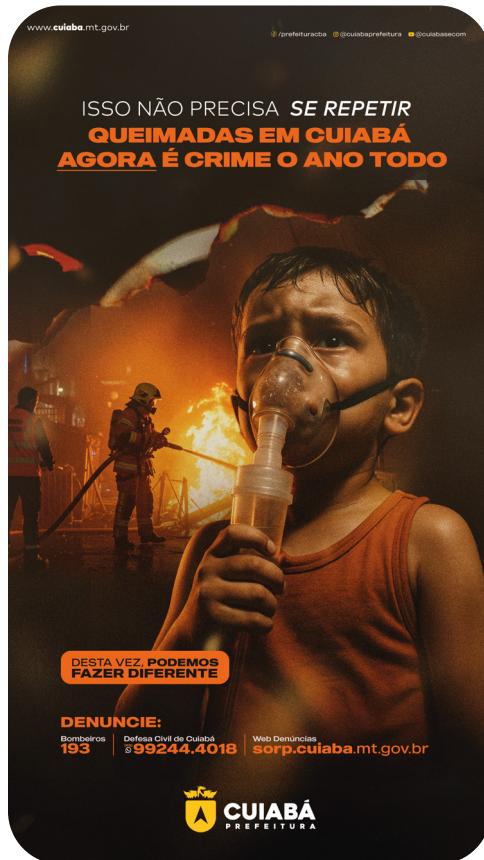
An advertisement featuring a dramatic scene of a fire. In the foreground, a young boy wearing an orange tank top uses an oxygen mask. In the background, firefighters in full gear are battling a large fire. The text "ISSO NÃO PRECISA SE REPETIR" is at the top, followed by "QUEIMADAS EM CUIABÁ AGORA É CRIME O ANO TODO" in large, bold, orange letters. A small orange box contains the text "DESTA VEZ, PODEMOS FAZER DIFERENTE". At the bottom, there is contact information: "DENUNCIE:", "Bombeiros 193", "Defesa Civil de Cuiabá 99244.4018", and "Web Denúncias sorp.cuiaba.mt.gov.br". The Cuiabá Prefeitura logo is at the bottom center.



## ► FULL BANNER DIGITAL



## ► POSTS E STORIES PARA REDES SOCIAIS





## ➤ ESTRATÉGIA DE MÍDIA

A estratégia combinou mídia de massa (TV, rádio e jornal) para impacto e abrangência com mídia digital para reforço de lembrança e engajamento. Os canais de maior audiência local foram priorizados para amplificar o alerta e garantir que a mensagem atingisse diferentes públicos e bairros de Cuiabá. As peças digitais permitiram interação direta com os canais de denúncia, ampliando a efetividade do conteúdo e contribuindo com a fiscalização participativa.

## ➤ CONCLUSÃO

A campanha "Queimadas em Cuiabá — Agora é crime o ano todo" foi desenvolvida pela agência DMD Comunicação e veiculada sob supervisão da Secretaria Municipal de Comunicação, em parceria com a Defesa Civil e Corpo de Bombeiros. Todas as peças seguiram os princípios da comunicação pública — clareza, utilidade, interesse coletivo e responsabilidade social —, reafirmando o compromisso da gestão municipal com a preservação ambiental, a saúde da população e a legalidade das ações de conscientização.