



NÃO ESPERE A **GRÍPE BATER**



VACINA
É SUA
MELHOR
DEFESA

VEM VACINAR XÔ INFLUENZA



SHOPPING 3 AMÉRICAS

PISO 1, AO LADO DA LOJA O BOTICÁRIO

21 E 28 DE JUNHO | 10H ÀS 19H

GRUPO PRIORITÁRIO:

- CRIANÇAS DE 6 MESES A MENORES DE 6 ANOS
- GESTANTES E PUÉRPERAS
- IDOSOS (60+)
- POVOS INDÍGENAS E COMUNIDADES QUILOMBOLAS
- PESSOAS EM SITUAÇÃO DE RUA
- TRABALHADORES DA SAÚDE
- PROFESSORES
- PROFISSIONAIS DAS FORÇAS DE SEGURANÇA E SALVAMENTO

- CAMINHONEIROS, TRABALHADORES DO TRANSPORTE COLETIVO E PORTUÁRIOS
- TRABALHADORES DOS CORREIOS
- PESSOAS COM DEFICIÊNCIA PERMANENTE OU COM DOENÇAS CRÔNICAS
- POPULAÇÃO PRIVADA DE LIBERDADE E FUNCIONÁRIOS DO SISTEMA PRISIONAL

f @ cuiabaprefeitura



CUIABÁ
PREFEITURA





CAMPANHA

VACINAÇÃO CONTRA A INFLUENZA 2025

➤ **OBJETIVO DA CAMPANHA**

Incentivar a população cuiabana a se vacinar contra a influenza, reforçando a importância da imunização como principal forma de prevenção e cuidado com a saúde coletiva.

A campanha buscou atingir especialmente os grupos prioritários definidos pelo Ministério da Saúde, promovendo conscientização sobre a necessidade da vacina e informando os locais e períodos de atendimento na rede municipal.

➤ **JUSTIFICATIVA DA AÇÃO PUBLICITÁRIA**

A vacinação contra a influenza é uma ação fundamental de saúde pública, que reduz o número de internações e complicações causadas pelo vírus da gripe. A campanha teve como justificativa a necessidade de ampla divulgação para alcançar o maior número possível de pessoas nos grupos prioritários — crianças, gestantes, puérperas, idosos, pessoas com comorbidades e profissionais da saúde e educação — reforçando a responsabilidade da Prefeitura na proteção da população e na prevenção de surtos.

➤ **CONCEITO CRIATIVO E ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO**

Em um contexto de constante vigilância sanitária e necessidade de prevenção, a Prefeitura de Cuiabá lançou a campanha "Vem Vacinar, Xô Influenza", reforçando o compromisso com a saúde pública e a conscientização coletiva. O conceito criativo se baseou na ideia da vacina como um escudo invisível, capaz de proteger o corpo e a vida, não apenas de quem recebe a dose, mas também de todos ao seu redor, destacando o poder preventivo da vacinação e a urgência da ação.

A identidade visual adotou uma atmosfera de proteção e cuidado, representada por um escudo translúcido em torno dos personagens, remetendo à barreira imunológica proporcionada pela vacina. O filme e as peças trouxeram imagens humanizadas — como uma gestante, um idoso e uma criança — para reforçar a mensagem de que a vacinação é um ato de amor e responsabilidade com a própria vida e com a coletividade.

A campanha buscou mobilizar, despertando no público a consciência de que prevenir é um ato de cuidado coletivo. Ao promover a adesão à vacina, a Prefeitura reafirmou o papel da comunicação pública como ferramenta de proteção e engajamento social. A estratégia de comunicação combinou mensagens educativas com apelo emocional e visual positivo, buscando gerar identificação, credibilidade e adesão imediata à campanha.



► PEÇAS PRODUZIDAS E MEIOS DE DIVULGAÇÃO

A campanha contou com ampla distribuição de peças nos meios eletrônicos, impressos, digitais e de rua, garantindo cobertura regional e alcance diversificado.

► FILME DE 30 SEGUNDOS COM VERSÕES ADAPTADAS PARA STORIES E REELS



<https://www.youtube.com/watch?v=hPQ84XphJaU>

► SPOT DE RÁDIO DE 30 SEGUNDOS

► ANÚNCIO DE JORNAL





➤ BANNERS EM SHOPPINGS



➤ FULL BANNERS

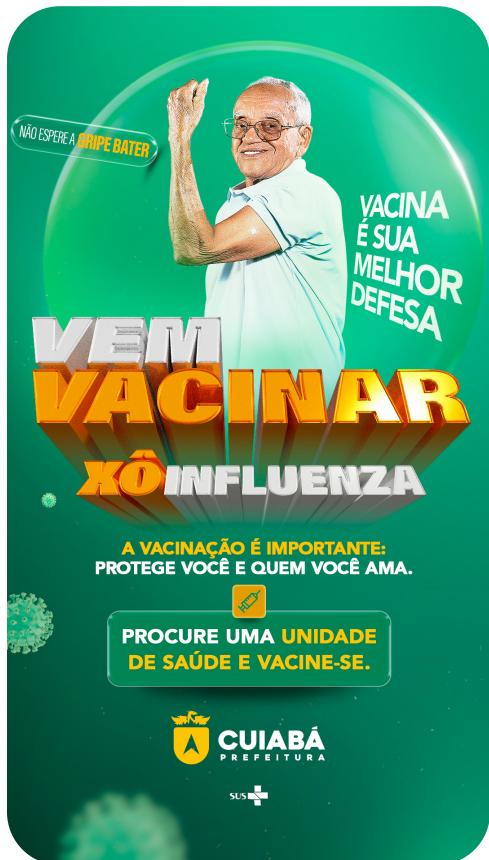
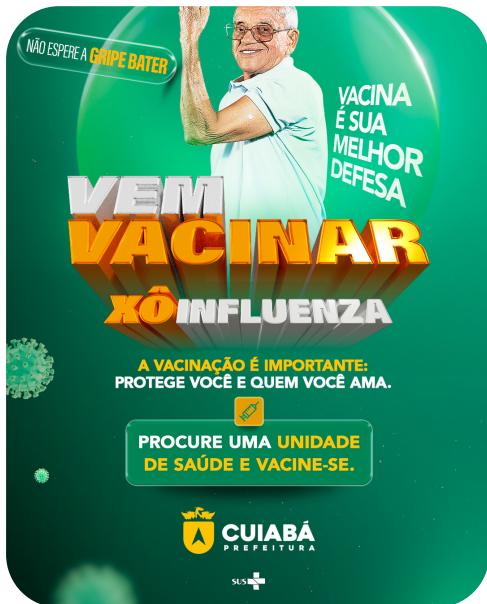




CARTAZES



PEÇAS PARA REDES SOCIAIS





➤ ESTRATÉGIA DE MÍDIA

A distribuição da campanha priorizou os canais com maior potencial de alcance nos públicos-alvo prioritários. A TV e o rádio foram utilizados para cobertura massiva e imediata, enquanto as mídias digitais e OOH reforçaram a lembrança e frequência da mensagem em locais estratégicos. A estratégia foi desenhada para atingir de forma eficiente diferentes faixas etárias e perfis, com foco em conscientização, orientação e estímulo à ação imediata (vacinar-se).

➤ CONCLUSÃO

A campanha "Vem Vacinar, Xô Influenza" reforçou o compromisso da Prefeitura de Cuiabá com a saúde e o bem-estar da população, destacando o papel da comunicação pública como instrumento de conscientização e mobilização social. Desenvolvida pela agência DMD Comunicação, a ação seguiu os princípios da publicidade institucional: **clareza, utilidade pública, transparência e interesse coletivo.**