

Ministério da Saúde
Gabinete do Ministro
Assessoria de Comunicação Social

PLANO NACIONAL DE COMUNICAÇÃO
Medidas de prevenção, esclarecimentos e vacinação contra a Covid-19

Abril/2021

Introdução

O Governo Federal, por meio do Ministério da Saúde, segue desde o início da pandemia de Covid-19 uma série de planejamentos em comunicação sobre medidas de prevenção e de esclarecimentos para o enfrentamento da doença. Tendo em vista que se trata de uma doença cujas descobertas das causas, modos de transmissão, consequências e tratamentos evoluem ao mesmo tempo de sua propagação mundial, a comunicação do MS, de forma flexível, afina o discurso sobre medidas de contenção, observando o momento atual da crise sanitária e as orientações do corpo técnico da pasta.

Não obstante, a comunicação do Ministério da Saúde reconhece a necessidade constante de se reforçar a importância das medidas preventivas e elucidativas sobre a Covid-19 ao longo do desenvolvimento das campanhas específicas de comunicação. Assim como há a evolução dos casos e dos avanços científicos, a comunicação encontra também em sua trajetória o surgimento de novas dúvidas, notícias falsas ou alarmantes e a necessidade de integração com as diversas temáticas de saúde pública brasileira abordadas pelo Órgão.

Em consonância com o trabalho das secretarias federais, departamentos e demais órgãos vinculados ao MS, a Assessoria de Comunicação Social mantém seu esforço contínuo na atualização das páginas oficiais do Órgão, aplicativos, bancos de dados, redes sociais e demais canais públicos de acesso à informação. A função de abastecer os meios de comunicação com informações atualizadas e confiáveis caminha paralelamente ao enfrentamento ininterrupto de notícias falsas e a manutenção do relacionamento amistoso com a imprensa na tentativa de manter um diálogo aberto e parceiro em prol da saúde pública brasileira.

Ao longo do andamento das campanhas publicitárias voltadas à temática da Covid-19 e campanhas em saúde paralelas, a comunicação manteve o discurso da importância das medidas protetivas, como o uso de máscaras, assepsia das mãos e objetos, uso de álcool em gel, ventilação dos ambientes e distanciamento social. Além da comunicação direta sobre a prevenção, as peças publicitárias veiculadas abordaram detalhadamente o uso das medidas protetivas, mostrando personagens utilizando equipamentos de proteção, realizando a higienização, entre outras atitudes de promoção dos cuidados.

Com o início da vacinação em massa contra a Covid-19, a comunicação do MS encontra o desafio de esclarecer, mobilizar e tranquilizar a população brasileira sobre o processo, bem como a manutenção das medidas preventivas, salientando que a vacinação não minimiza ou suprime a importância dos cuidados diários de prevenção da integridade física da população. Dessa forma, o Plano Nacional de Comunicação – Medidas de prevenção, esclarecimentos e vacinação contra a Covid-19 visa enfatizar o discurso adotado ao longo das campanhas de comunicação desenvolvidas e efetivar novas ações de reforço e defesa das práticas de medidas preventivas, frente ao cenário atual do processo de vacinação brasileira.

O papel transversal da comunicação engloba a necessidade de um trabalho contínuo, sistêmico e integrado com as demais frentes de atuação técnica do Órgão. Portanto, o sucesso do planejamento em comunicação sobre o reforço das orientações de medidas protetivas e de contenção da Covid-19 conta, especialmente, com a parceria entre o MS e os demais entes que compõem a gestão tripartite da saúde pública brasileira.

As ações elencadas neste Plano Nacional de Comunicação do Ministério da Saúde estão alinhadas com a SECOM e os órgãos do SICOM a fim de garantir a efetividade do acesso à informação de utilidade pública pela população brasileira, em cumprimento ao Decreto nº 6.558/2008, que dispõe sobre as ações de comunicação do Poder Executivo Federal.

Objetivo geral

Informar, educar, orientar, mobilizar, reforçar e esclarecer sobre a importância das medidas de prevenção contra a Covid-19.

Objetivos específicos

- Reforçar a orientação sobre a importância e a forma do uso correto de máscara.
- Conscientizar sobre os riscos de aglomerações intencionais.
- Orientar sobre cuidados durante a necessidade de contato social.
- Promover a continuidade de cuidados gerais como: manter a boa ventilação dos ambientes, higienização das mãos e objetos de contato, uso de máscara e do álcool em gel.
- Educar sobre a importância do cumprimento de regras nacionais e locais sobre medidas de contenção e prevenção da transmissão comunitária.
- Esclarecer sobre a importância da vacinação e suas principais dúvidas, bem como o respeito aos grupos prioritários ao longo da campanha.
- Defender a imagem do Sistema Único de Saúde (SUS) protegendo sua integridade e infraestrutura dos serviços essenciais.
- Fortalecer o Programa Nacional de Imunizações como referência internacional de política pública e seus respectivos processos.
- Reafirmar o Ministério da Saúde como fonte oficial das informações sobre medidas preventivas e proteção da saúde.

Público-Alvo geral

População brasileira em geral.

Públicos-alvo específicos

- profissionais de saúde;
- gestores do SUS nas esferas federal estadual e municipal;
- profissionais de portos, aeroportos e fronteiras;
- estrangeiros imigrantes ou de passagem no país;
- funcionários de Órgãos Públicos;
- formadores de opinião;
- educadores;
- População indígena, quilombola e profissionais envolvidos;
- parceiros públicos e privados.

Cronograma de execução previsto a partir de abril/2021

O cronograma de execução de ações em comunicação no enfrentamento à Covid-19 precisa ser dinâmico, a fim de acompanhar as mudanças no cenário pandêmico da crise sanitária no país.

As ações elencadas abaixo têm a previsão de início em abril de 2021 e sua continuidade acompanha a dinâmica do Plano Nacional de Vacinação, adaptando-se de acordo com as diversas fases da pandemia, com adequação das ações de acordo com o cenário atual, mas sempre levantando a defesa das medidas preventivas e de imunização da população brasileira. Todas as peças em multimídia e publicidade devem observar as normas da legislação que trata sobre a promoção da acessibilidade.

Assessoria de imprensa

- Releases sobre vacinação;
- releases sobre medidas preventivas/esclarecimento sobre o coronavírus;
- releases sobre ações do MS dentro do PNI, reforçando sua imagem e importância e enfatizando as conquistas ao longo de quase cinco décadas de atuação;
- releases sobre trabalho do corpo técnico do MS em parceria com órgãos vinculados;
- alinhamento de discurso entre área técnica e porta-vozes sobre vacinação, medidas restritivas, preventivas e de atendimento médico à Covid-19
- divulgação sobre medidas preventivas e demais tópicos elencados nos objetivos específicos em redes sociais e produção audiovisual abordando a temática;
- live com gestores e corpo técnico para tirar dúvidas e esclarecer sobre medidas preventivas;
- coletivas de imprensa com frequência mínima de uma vez por semana, podendo contar com a presença do corpo técnico e dos principais porta-vozes do órgão;
- eventos de integração com jornalistas e representantes de veículos de comunicação importantes para impulsionar a imagem do Ministério da Saúde no combate à Covid-19
- entrevistas com ministro da Saúde e demais porta-vozes para publicização nos canais oficiais da Pasta.

Redes sociais e multimídia

- vídeos com o ministro da Saúde e convidados reforçando a importância da manutenção das medidas preventivas e respondendo dúvidas de internautas enviadas por redes sociais;
- reforço no direcionamento da população para os canais oficiais de divulgação do Ministério da Saúde sobre dados da Covid-19;
- publicação de cards para redes sociais sobre Fake News e perguntas frequentes recebidas no canal oficial de WhatsApp;
- valorização dos profissionais de saúde nas redes sociais, através de divulgação do ministro da Saúde interagindo com esses profissionais e visitando unidades do SUS;
- cards em redes sociais valorizando pessoas comuns que seguem medidas preventivas, parabenizando e promovendo exemplos, de forma que o discurso

sobre a manutenção das medidas não soe como imposição de regras e sim como demonstração de cuidado e empatia com o próximo;

- atualizações do vacinômetro no Portal da Saúde e maior acessibilidade a páginas que tratam de temáticas sobre coronavírus, tais como LocalizaSUS, Portal Covid-19 e Atenção à Saúde Indígena (saudeindigena.saude.gov.br/corona);
- ampliação do uso do aplicativo Coronavírus-SUS;
- ações em redes sociais regionalizando a linguagem de reforço das medidas preventivas, utilizando elementos locais para o fortalecimento da mensagem;
- websérie abordando ações internas das secretarias e demais órgãos vinculados ao Ministério da Saúde no combate à covid-19, com participação dos gestores destas áreas, aproximando o público-alvo das ações da Pasta;
- ações de valorização ao personagem Zé Gotinha e resgate da importância do PNI;
- interlocução com demais Pastas do Poder Executivo, através de gravação de gravação de vídeos e/ou fotos com gestores e membros do executivo interagindo com o ministro Queiroga na temática de vacinação e prevenção à Covid-19;
- ações populares seguindo linha leve e divertida com o personagem Zé Gotinha participando de desafios populares nas redes sociais, sempre abordando a temática de prevenção e vacinação contra a Covid-19.

Publicidade

- Divulgação do vacinômetro em mídia exterior;
- Reforço na divulgação da temática prevenção e vacinação nas mídias TV, rádio, internet e mídia exterior;
- Veiculação da campanha sobre Atendimento Imediato com veiculação em TV, rádio e mídia exterior;
- Veiculação contínua de peças informativas e de promoção das medidas preventivas em TV, rádio, internet, mídia exterior (outdoor social, mobiliário urbano, mobiliário urbano digital, painel led, bancas, terminal rodoviário, metrô e banco 24h);
- Divulgação com empresas parceiras, como: Mercado Livre, Claro, Oi, Tim, Vivo, Uber, Google, Infraero, Caixa Econômica Federal, Banco do Brasil, Bradesco, entre outras;
- Kit de peças para comunicação interna de toda esplanada como: tela login, email marketing, banner para sites, cartaz para mural;
- Elaboração de cartilhas, cards e vídeos para redes sociais, série de podcast, infográficos, tutoriais, sms, banners, entre outros.

Mensagens-chave

A imprensa abre espaço de aproximação com o novo ministro. O momento é de “um voto de confiança”. Recomenda-se algumas frentes de ações para um trabalho mais elaborado de comunicação:

Campanha de vacinação –Este deve ser o carro-chefe e a principal marca da nova gestão. A imunização é corresponde ao anseio da maioria da população e é considerada por especialistas a maneira mais eficaz de reduzir a propagação da doença.

Distanciamento social e uso de máscaras –Importante reforçar as recomendações sanitárias, promovendo campanhas de conscientização junto à sociedade, onde ainda percebe-se resistência em seu cumprimento e descuido nos cuidados básicos.

Fortalecimento da relação com estados e municípios –Manter um diálogo mais aberto e próximo com CONASS, CONASEMS, governadores, prefeitos e secretários de saúde. Criar um canal permanente de comunicação e relacionamento com estes líderes ajudará na promoção de um ambiente de cooperação mútua, com ações mais eficazes e direcionadas.

Lockdown - É necessário adotar medidas sanitárias eficientes para suavizar os impactos d lockdown. A vacina é importante, mas o uso de mascaras é fundamental, lavar as mãos e manter o distanciamento seguro e evitar aglomerações.

Tratamento médico - Compete ao médico, com a sua autonomia, prescrever os medicamentos que entender necessários. Hoje, não há nenhum tratamento específico para bloquear o vírus. Existe a vacina e o atendimento imediato, que se trata do acompanhamento médico logo nos primeiros sintomas e início da doença. Isso pode salvar vidas.

Discurso proativo - Dar concretude e humanizar. Enfatizar resultados concretos para as pessoas. Fortalecimento regional: potencializar repercussão regional para

RESUMO DE AÇÕES IMPLEMENTADAS ENTRE FEVEREIRO/2020 E MARÇO/2021

ASSESSORIA DE IMPRENSA E REDES SOCIAIS

As ações em assessoria de imprensa e redes sociais do Ministério da Saúde contam com mais de 900 releases publicados no site oficial do Ministério da Saúde, centenas de cards em redes sociais sobre atualizações das ações de combate, medidas preventivas, de esclarecimento sobre a Covid-19. Comporam também as ações de comunicação da Pasta diversas notas informativas, vídeos, boletins e matérias para rádio, coletivas de imprensa, materiais em sites e aplicativos oficiais do MS.

O planejamento estratégico da comunicação foi distribuído internamente e, a partir dele, guiaram-se todas as ações. A diretriz foi distribuída pela Ascom para todas as secretarias e para o Centro de Operações de Emergência (COE).

Cada realização, entrega ou diretriz passou a ser comunicada na imprensa livre do Brasil por intermédio da distribuição de releases, comunicados e informativos de rádio.

O Ministério da Saúde utilizou seus canais proprietários – portal www.saude.gov.br e canais nas redes sociais Facebook, Instagram, Twitter e Youtube – para ampliar e cristalizar essa comunicação.

Assim como criou um ambiente digital, a landing page coronavirus.saude.gov.br, em que permanece consolidado todo o conteúdo de comunicação, administrativo-financeiro, de gestão e protocolos de vigilância em saúde, atenção primária, pesquisa científico-tecnológica, treinamento e disponibilização de insumos médicos-hospitalares da União para os entes federados.

Dessa forma, destacamos abaixo alguns exemplos de ações em comunicação sobre medidas de prevenção e contenção da Covid-19

- **Uso correto de máscara**

A gestão do MS adotou o uso de máscara por toda população brasileira como medida protetiva em abril de 2020. Desde então, os canais de comunicação informam desde maneiras simples sobre a elaboração de máscara caseira (<https://www.instagram.com/p/CJ3mM9YHbuC/>) até o uso correto do item (https://www.instagram.com/p/B_xFOGogo1k/), mantendo a divulgação sobre a importância e a forma do seu uso correto (https://www.instagram.com/p/CBJRhzmzA7_N/; <https://www.instagram.com/p/CJ3mM9YHbuC/>), inclusive de forma integrada com as demais campanhas em saúde (<https://www.instagram.com/p/CJBQZ8tHxwo/>).



- **Cuidados gerais**

Antes mesmo da confirmação oficial de casos da Covid-19 em território brasileiro, o Ministério da Saúde preocupou-se em divulgar medidas de proteção (<https://www.instagram.com/p/B7tA0MiABvB/>). Tais medidas foram aperfeiçoando ao longo da crise sanitária, e a comunicação seguiu acompanhando as orientações oficiais, como por exemplo manter a boa ventilação de ambientes (<https://www.instagram.com/p/CAXPaygAiPX/>); como ajudar as crianças a lidar com o coronavírus (<https://www.youtube.com/watch?v=SgUuKxr-jLU>), inclusive em parceria com figuras influentes como a Turma da Mônica (<https://www.instagram.com/p/B92qMCuArJF/>). Alusão a datas comemorativas e demais medidas sanitárias também receberam atenção nos canais de comunicação (<https://www.gov.br/casacivil/pt-br/assuntos/noticias/2020/maio/dia-mundial-de-higiene-das-maos-a-importancia-de-lavar-as-maos-no-enfrentamento-ao-coronavirus>), assim como a interlocução com a SECOM (<https://www.youtube.com/watch?v=K98PaNQ8PQI>). A partir de março, a campanha de continuidade de medidas preventivas recebeu uma nova roupagem (<https://www.instagram.com/p/CL9LBDhDUH1/>).

CORONAVÍRUS **Lave bem as mãos e previna-se!**

- 1** Molhe as mãos e depois coloque o sabão
- 2** Esfregue bem as duas mãos, conforme o passo a passo
 - Esfregue as mãos
 - Esfregue entre os dedos e abaixo das unhas
 - Esfregue intercalando entre os dedos
 - Esfregue os polegares
 - Lave os punhos
- 3** Depois, enxague bem as mãos com água corrente para tirar o sabão, vírus e bactérias da pele
- 4** Feche a torneira com um papel para não se contaminar de novo
- 5** Finalize secando as mãos com papel toalha e descarte-o corretamente.

#NÃOESPERE

Ao perceber sintomas da Covid-19, procure um médico e solicite o atendimento precoce.

SUS Ministério da Saúde

Use a máscara corretamente e proteja-se!

SUS Ministério da Saúde



- **Isolamento social e saúde mental**

A saúde mental da população brasileira recebeu atenção ao longo do período de recomendação de isolamento social através de uma abordagem sensível (<https://www.youtube.com/watch?v=zjOAJ9RljDM>) e orientativo sobre a necessidade de distanciamento social em locais públicos (<https://www.instagram.com/p/CJYe-7bHNba/>). Apesar de não ser competência da Pasta legislar sobre medidas restritivas de convívio social, o MS manteve o discurso da necessidade de prevenção em ambientes públicos (<https://www.instagram.com/p/CJeLmliHhao/>).



- **Públicos-alvo específicos – medidas especiais**

O Ministério da Saúde reforçou também as ações de medidas protetivas para públicos-alvo específicos como gestantes (<https://www.instagram.com/p/CIS9IXfDi-q/>), crianças menores de dois anos (<https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/ministerio-da-saude-alerta-sobre-uso-de-mascara-e-protetores-faciais-em-criancas-de-ate-2-anos>), população indígena (https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/sesai_noticias/desenhos-ajudam-a-conscientizar-indigenas-sobre-cuidados-com-higiene-pessoal) e idosos, em especial aqueles que sofrem comorbidades (<https://www.youtube.com/watch?v=sTPTBHs4oKs>).



Desenhos ajudam a conscientizar indígenas sobre cuidados com higiene pessoal

Publicado em 08/04/2020 13h08 | Atualizado em 28/04/2020 13h22

Compartilhe: [f](#) [t](#) [e](#)



- **Profissionais de saúde**

Os profissionais de saúde receberam homenagens (https://www.instagram.com/p/CJew_l6D-RE/; <https://www.facebook.com/minsaude/photos/3397984406886818>; <https://www.facebook.com/minsaude/photos/3302254849793108>), esclarecimentos sobre uso de equipamentos de proteção individual (<https://www.facebook.com/minsaude/photos/3303448116340448>), esclarecimento de informações sobre notícias virais que impactam diretamente no seu trabalho (https://www.instagram.com/p/B_CbRsKlwBW/) e demais orientações específicas voltadas a este público-alvo (<https://www.instagram.com/p/B922FwgAi90/>; https://www.instagram.com/p/B_OCr_Hgeke/).

CORONAVÍRUS

**Uma homenagem aos
profissionais de saúde.
MUITO OBRIGADO
a todos!**

Ministério da
Saúde



CORONAVÍRUS



● Por que é falso?

A máscara apresentada no vídeo não foi comprada pelo Ministério da Saúde.

A proteção dos profissionais de saúde é prioridade do Ministério da Saúde, que estabelece que as máscaras cirúrgicas devem ter três camadas e filtragem mínima de partículas de 95%.

Saúde **sem** Fake News



(61) 99289-4640

www.saude.gov.br/fakenews

Ministério da
Saúde

• Vacinação

O aplicativo ConecteSUS foi divulgado como ferramenta para controle de aplicações e doses da vacina contra a Covid-19 (<https://www.instagram.com/p/CKWQSIUJctu/>). As

ações em comunicação permeiam todas as redes sociais da Pasta (<https://www.youtube.com/watch?v=neoenCbQDBw;> [https://www.instagram.com/p/CLy4oefMiEd/;](https://www.instagram.com/p/CLy4oefMiEd/) https://www.instagram.com/p/CLSCu_uLSLy/). a projeção é a prosseguimento das divulgações, com reforço da mensagem-chave que as medidas protetivas continuam (<https://twitter.com/minsaude/status/1371159275330965506>).



Ministério da Saúde
@minsaude

...

A vacinação chega para fortalecer o combate à Covid-19. Em entrevista coletiva, o secretário-executivo Elcio Franco ressaltou que, mesmo com a vacina, as medidas de proteção devem ser mantidas. Confira o recado dele.



PUBLICIDADE

Campanhas veiculadas a partir de 2020

A Ascom iniciou em fevereiro de 2020 campanhas de publicidade com tom informativo e linguagem de entendimento geral. A mensagem central da campanha foi mudando ao longo do tempo. As primeiras peças dispunham sobre as informações básicas sobre o vírus e a doença que provoca. Depois vieram dicas de prevenção e cuidados, orientação de atenção básica e assistência.

- **Início da campanha**

Campanha realizada em cinco fases

Período de veiculação: 27/2 até 30/4

Total de inserções na TV: 1.423

Total de inserções no rádio: 24.980

Total de views na internet: 130.928.842

Total de inserções em mídia exterior: 57.057.260

Investimento total: R\$ 46 milhões

- **Flight 1**

1º Filme (O que é coronavírus + prevenção)

Período de veiculação: 27/02 até 20/03

Meios: TV, rádio, Internet, mídia exterior

PEÇAS: 1 filme 60", 1 filme 30" E 3 filmes 15" + 1 spot de rádio 60" E 1 spot de rádio 30"

Inserções na TV: 82

Inserções no rádio: 3.000

Views na internet: 21.978.598

Veiculação em painel digital: 50.603.598

Investimento: R\$ 13 milhões

- **Flight 2**

2º Filme (Prevenção + Como é transmitido + Quais são os sintomas + Fake news)

Período de veiculação: 12/03 até 26/03

Meios: TV, rádio

PEÇAS: 3 filme 30" e 1 filme 15" + 1 spot de rádio 30"

Inserções na TV: 101

Inserções no rádio: 10.845

Investimento: R\$ 6 milhões

- **Flight 3**

3º Filme (Idoso fique em casa + Gripados isolamento)

Período de veiculação: 23/3 até 3/4

Meios: TV, rádio, Internet

PEÇAS: 2 filmes 30" e 2 filmes 15" + 1 spot de rádio 30"

Inserções na TV: 391

Inserções no rádio: 2.429

Views na internet: 36.938.728

Investimento: R\$ 12 milhões

- **Flight 4**

4º Filme (convocação estudantes)

Período de veiculação: 03 à 11/04

Meios: Internet e rádio

Peças: 1 filmes de 60" + Banners de Internet + 1 spots de 30" + card

Inserções rádio: 307

Views na internet: 17.334.780 impressões

Investimento: R\$ 1 milhão

- **Flight 5**

5º Filme (Telesus + Idoso fique em casa)

Período de veiculação: 09 a 30/04

Meios: TV, rádio, Internet, mídia exterior

Peças: 3 filmes de 30" e 1 de 15" + 3 spots de 30" + banner de internet

Total de inserções na TV: 849 inserções

Total de inserções no rádio: 8.399 inserções

Total de views na internet: 54.676.736 impressões

Total de inserções em mídia exterior: 6.453.662 inserções

Investimento: R\$ 14 milhões

Continuidade da campanha: orientações, cuidados e tratamento

- **Flight 6**

Período de veiculação: 15/05 até 8/06

Tema: TeleSUS

Investimento: R\$ 15 milhões

Meios: TV, Rádio, Internet, Telas em supermercado, prédio residencial, metrô, rodoviária, ônibus e estabelecimentos de saúde.

- **TED 3 Secom**

Período de veiculação: 1º até 8/05

Tema: orientações de saúde, dentro de outros temas de balanço do Governo Federal.

Investimento: R\$ 6,5 milhões

Veiculação: TV, Rádio, Internet

- **TED 5 Secom**

Período de veiculação: 22/06 até 10/07

Tema: orientações de cuidado da saúde, medidas de prevenção e informações para estados e municípios.

Investimento: R\$ 35 milhões

Veiculação: TV, Rádio, Internet, Telas em supermercado, prédio residencial, metrô, rodoviária, ônibus e estabelecimentos de saúde.

- **TED 6 Secom**

Período de veiculação: 20 até 16/08

Tema: importância do agronegócio e retomada das atividades.

Investimento: R\$ 30 milhões.

Veiculação: TV, Rádio, Internet, Mídia em banco do ônibus (backseat), Mobiliário Urbano, Telas em supermercado, prédio residencial, metrô, rodoviária, aeroporto, ônibus e estabelecimentos de saúde.

- **Flight 7**

Período de veiculação: 24/07 até 30/08

Tema: informações regionalizadas sobre as entregas que o governo federal está realizando nos estados para que a população tenha acesso às informações, além de retratar a rotina com máscaras, lavando as mãos e utilização do álcool em gel.

Investimento: R\$ 26,5 milhões.

Veiculação: TV, Rádio, Internet, Telas em supermercado, prédio residencial, aeroporto e ônibus.

○ **Flight 8 –**

Período de veiculação: 25/10 até 20/11

Tema: Cuidado e Tratamento Precoce.

Investimento: R\$ 3,4 milhões.

Veiculação: Internet, Telas em ônibus, terminal rodoviário, metrô, salão de beleza e painel de LED, Pannel em bancas e terminal rodoviário.

○ **TED MS p/SECOM**

Período de veiculação: 17/10 até 30/11

Tema: Cuidado e Tratamento Precoce.

Investimento: R\$ 19.983.984,64.

Veiculação: TV, Rádio, Internet, Telas ônibus, terminal rodoviário, metrô, aeroporto e painel de LED, Pannel em terminal rodoviário, Mídia em banco do ônibus (backseat), Mobiliário Urbano.

○ **Fase 1- Esclarecimento:**

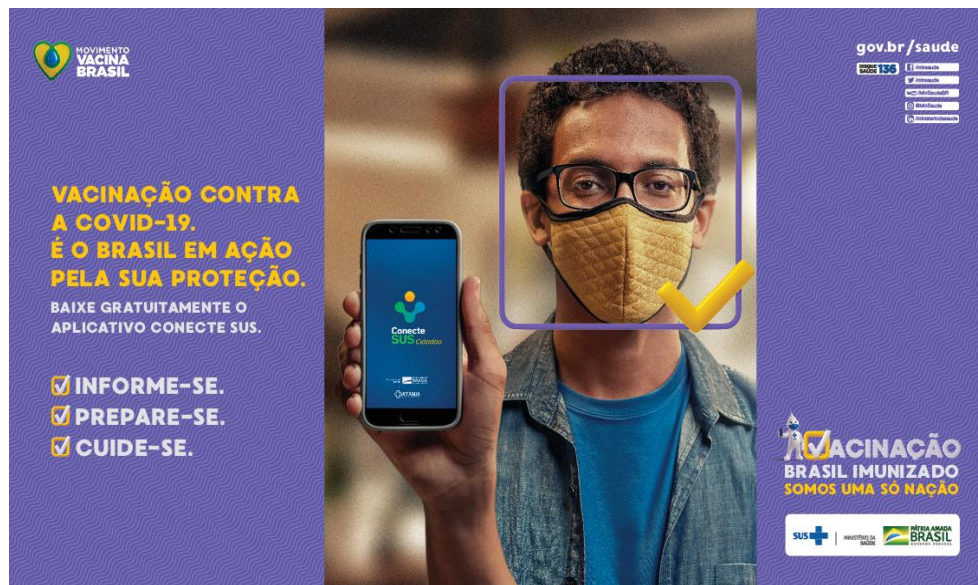
De 16/12/2020 até 20/01/2021

Campanha foi produzida e a veiculação foi bonificada.

Custo de Produção: R\$ 503.586,50.

Veiculação:

- TV
- Rádio
- Internet
- Telas ônibus, terminal rodoviário, metrô, supermercado, salão de beleza, shopping e aeroporto
- Link vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=G43IFBZwmBq>



○ Fase 2- Vacinação:

Flight 1:

De 20/01/2021 até 15/02/2021.

Tema: Lançamento e Convocação Grupo 1.

Objetivo: esclarecer para população sobre o processo de início da vacinação e mobilizar os grupos prioritários

R\$ 34.647.776,40 (investimento até o momento)

Verba total será de R\$ 50 milhões.

Veiculação:

- TV
- Rádio
- Internet
- Mídia Exterior: Outdoor social, mobiliário urbano, mobiliário urbano digital, painel led, bancas, terminal rodoviário, metrô e banco 24h.

Flight 1.1 Complementar:

De 13/02 até 25/03

Tema: Manifesto (vacinação geral).

R\$ 4.077.649,85.

Veiculação:

- ✓ TV
- ✓ Internet
- ✓ Mídia Exterior: Mobiliário urbano, mobiliário urbano digital, painel led, terminal rodoviário, metrô, Aeroporto, beackseat, telas em ônibus.

Flight 2:

De 14/03 até 24/4 Vacinados e Cuidados Continuam.

Investimento: R\$ 16. 930.753,52 milhões.

Veiculação

- ✓ TV

Em planejamento os meios:

- ✓ Rádio
- ✓ Internet
- ✓ Mídia Exterior

Flight 2.1:

25/03 Comunicado – vacinação de toda população

Investimento: R\$ 1.125.998,14

Veiculação

- ✓ TV

Flight 2.2:

30/03 a 30/05 Vacinometro

Investimento: R\$ 6.252.172,50

Veiculação

- ✓ Mídia exterior

Flight 3:

30/03 a 30/05 Prevenção e Vacinação

Investimento: R\$ 21.244.737,16

Veiculação

- ✓ TV
- ✓ Rádio
- ✓ Internet
- ✓ Mídia Exterior, Metro, mobiliário Urbano, Terminal Rodoviário, Bancas de revista, Painel de Led, ATMs rede banco 24h

Flight 4:

12 até 26/04 Atendimento Imediato

Investimento: R\$ 10.000.000,00

Veiculação

- ✓ TV aberta
- ✓ Rádio
- ✓ Internet
- ✓ Mídia Exterior

Link com as peças de 2020: <https://1drv.ms/u/s!Alvw9dqjzlrAgRI6gH3U0jbkcwNc?e=jT2aVA>

Link com as peças de 2021: <https://1drv.ms/u/s!Alvw9dqjzlrAgRCPrS6Jc6hn7I5y?e=0GCjh1>

Release lançamento: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/governo-federal-lanca-campanha-que-ressalta-capacidade-do-brasil-para-realizar-a-vacinacao-contra-covid-19>

Link vídeos:

- <https://www.youtube.com/watch?v=4-ZFcky5WZ4>
- <https://www.youtube.com/watch?v=PQIY5P5QEuA>
- <https://www.youtube.com/watch?v=hAHNU-uYGpQ>



PARCERIAS

No contexto da campanha de vacinação contra a Covid-19, a área de parcerias chamou as empresas privadas para ajudarem na divulgação e amplificação da mensagem de utilidade pública.

Conexis - Sindicato das empresas de telefonia móvel

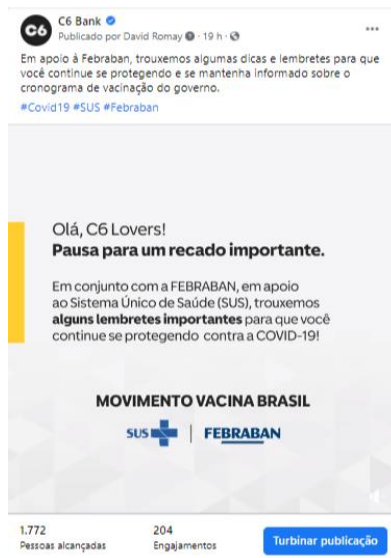
Em parceria com a Oi, Claro, Vivo e Tim, foi negociado a liberação de navegação do app Conecte SUS por 06 meses.

Febraban - Federação Brasileira de Bancos

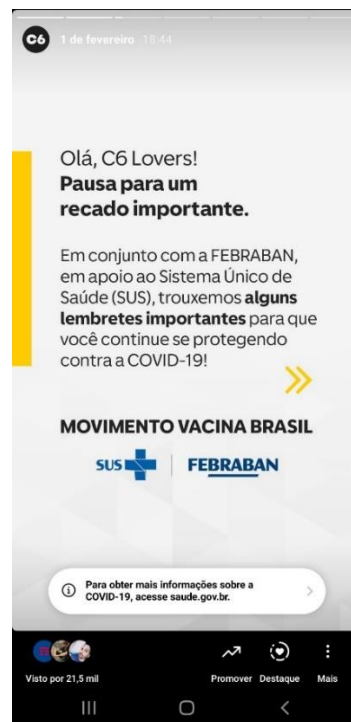
Em reunião com a diretoria da Febraban foi solicitado apoio das instituições financeiras para a disseminação da comunicação do início da vacinação. Eles prontamente nos atenderam e diversos bancos iniciaram a divulgação.

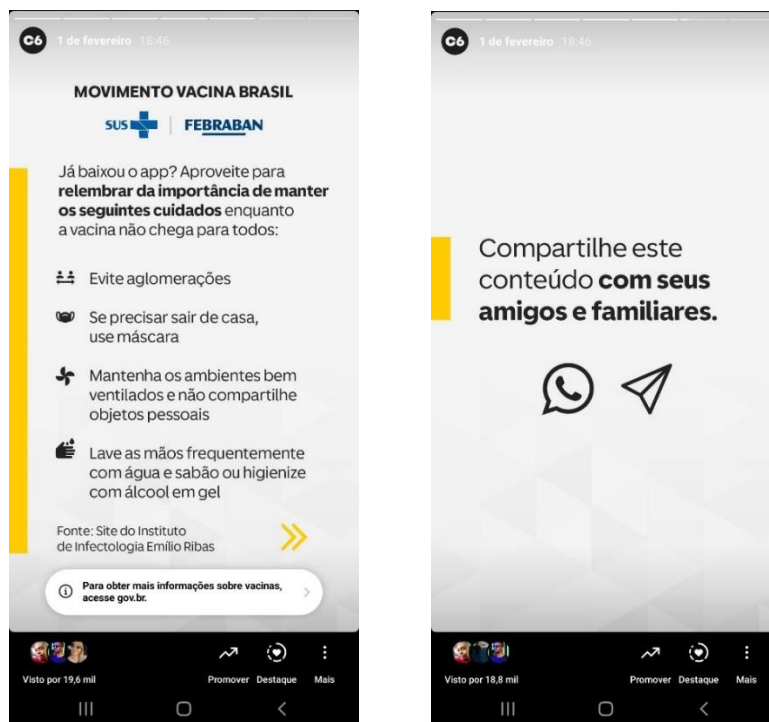
C6 Bank

Publicação no perfil do Facebook e Post no Twitter.

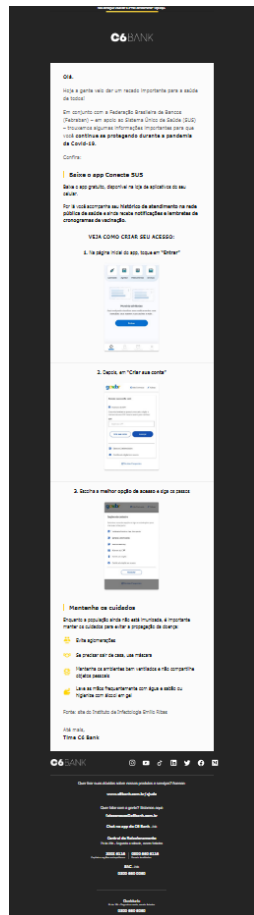


Publicação no stories. Perfil no Instagram tem 276 mil seguidores, mais de 21,5 mil visualizações





Envio de e-mail marketing para os correntistas do banco, ensinando a baixar e a criar a conta do app Conecte SUS.



Itaú

Veiculação nas redes sociais, comunicação interna para colaboradores, e-mail mkt para clientes.

Peças em implementação nos canais.



(Tela de descanso)

E-mail marketing para clientes

anos e indígenas aldeados. Juntos, vamos cuidar uns dos outros. Baixe o aplicativo Conecte SUS Cidadão e atualize suas informações.

Instagram

A vacinação contra a Covid-19 já chegou no Brasil e no aplicativo do @minsaude Conecte SUS Cidadão, você encontra todas as informações e etapas desta primeira fase. Juntos, vamos cuidar uns dos outros. Baixe o aplicativo Conecte SUS Cidadão e saiba mais.

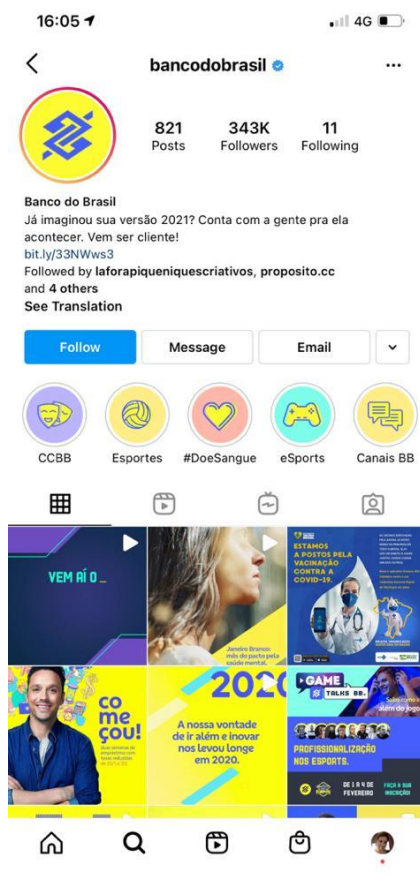
Twitter

A vacinação contra a Covid-19 já chegou no Brasil e com ela, o app do @minsaude Conecte SUS Cidadão. Lá você encontra todas as informações e etapas desta primeira fase. Juntos, vamos cuidar uns dos outros. Baixe o aplicativo Conecte SUS Cidadão e saiba mais.

Linkedin

A vacinação contra a Covid-19 já chegou no Brasil e no aplicativo do @minsaude você encontra todas as informações e etapas desta primeira fase. Os grupos prioritários que receberão a vacina são: profissionais da saúde da linha de frente, idosos acima de 60 anos, pessoas com deficiência com mais de 18 anos e indígenas aldeados. Juntos, vamos cuidar uns dos outros. Baixe o aplicativo Conecte SUS Cidadão e atualize suas informações.

Peças publicitárias para o Banco do Brasil





ESTAMOS A POSTOS PELA VACINAÇÃO CONTRA A COVID-19.



AS VACINAS APROVADAS PELA ANVISA JÁ ESTÃO SENDO DISTRIBUÍDAS EM TODO O BRASIL. ELAS SÃO UM DIREITO À SAÚDE. JUNTOS, VAMOS CUIDAR UNS DOS OUTROS.

Baixe o aplicativo Conecte SUS Cidadão e tenha a sua Caderneta Nacional Digital de Vacinação em mãos.

BRASIL IMUNIZADO SOMOS UMA SÓ NAÇÃO

BAIXE O APP CONECTE SUS CIDADÃO

Android | iPhone

SUS | MINISTÉRIO DA SAÚDE | GOVERNO FEDERAL

Para obter mais informações sobre a COVID-19, acesse saude.gov.br.

bancodobrasil • Seguir

bancodobrasil A vacinação contra a Covid-19 já chegou no Brasil e no aplicativo do @minsaude Conecte SUS Cidadão, você encontra todas as informações e etapas desta primeira fase. Juntos, vamos cuidar uns dos outros. Baixe o aplicativo Conecte SUS Cidadão e saiba mais.

#PraCegoVer: Imagem com fundo amarelo e detalhe de enfermeira segurando aparelho celular que mostra o aplicativo Conecte Sus Cidadão, ela usa máscara, jaleco e possui um estetoscópio. No canto superior esquerdo, o texto em amarelo "Estamos a postos pela vacinação contra a covid-19". Ao lado direito, a imagem do personagem Zé Gotinha e abaixo dele o texto "Brasil imunizado, somos uma só nação".

Curtido por fundacaobb e outras 597 pessoas

26 DE JANEIRO

Adicione um comentário... Publicar



Banco do Brasil

Post | Photo | Tuesday Jan 26, 2021 11:47

STRONGLY POSITIVE

A vacinação contra a Covid-19 já chegou no Brasil e no aplicativo do Ministério da Saúde você encontra todas as informações e etapas desta primeira fase.

Os grupos prioritários que receberão a vacina são: profissionais da saúde da linha de frente, idosos acima de 60 anos, pessoas com deficiência com mais de 18 anos e ...[Show more](#)



O BRASIL JÁ TEM VACINA CONTRA A COVID-19 APROVADA PELA ANVISA. ELA É SEGURA, EFICAZ E UM DIREITO À SAÚDE.

Agora é com você. Juntos, vamos cuidar uns dos outros.

Assim como você, milhares de brasileiros estão se preparando para a vacinação.

BRASIL IMUNIZADO SOMOS UMA SÓ NAÇÃO

gov.br/saude

119 Interactions | 113 Likes | 6 Comments | 0.1 Int. per 1k Fans

Soluções Digitais VACINA



Banco do Brasil

Post | Photo | Tuesday Jan 26, 2021 11:44

STRONGLY NEGATIVE

A vacinação contra a Covid-19 já chegou no Brasil e com ela, o app do @minsaude Conecte SUS Cidadão. Lá você encontra todas as informações e etapas desta primeira fase. Juntos, vamos cuidar uns dos outros. Baixe o aplicativo Conecte SUS Cidadão e saiba mais. <https://t.co/UDeZHalgdh>



O BRASIL JÁ TEM VACINA CONTRA A COVID-19 APROVADA PELA ANVISA. ELA É SEGURA, EFICAZ E UM DIREITO À SAÚDE.

Agora é com você. Juntos, vamos cuidar uns dos outros.

Assim como você, milhares de brasileiros estão se preparando para a vacinação.

BRASIL IMUNIZADO SOMOS UMA SÓ NAÇÃO

gov.br/saude

52 Interactions | 34 Likes | 14 Replies | 4 Retweets | 0.21 Int. per 1k Followers | 19.7k Impressions

INSIGHTS

19.7k Impressions | 635 Engagement | 99 Media Views | N/A Video Views

Soluções Digitais VACINA

3



Banco do Brasil

Instagram /bancodobrasil

Story

Photo

Tuesday Jan 26, 2021 08:40

@minsaude



INSIGHTS

0	3.3k	13.3k	366	15.24%	19.6k	19.9k
Replies	Exits	Taps Forward	Taps Back	Completion Rate	Reach	Impressions

VACINA

4



Banco do Brasil

Instagram /bancodobrasil

Post

Photo

Tuesday Jan 26, 2021 08:36

STRONGLY NEGATIVE

C

A vacinação contra a Covid-19 já chegou no Brasil e no aplicativo do @minsaude Conecte SUS Cidadão, você encontra todas as informações e etapas desta primeira fase. Juntos, vamos cuidar uns dos outros. Baixe o aplicativo Conecte SUS Cidadão e saiba mais.

[... Show more](#)



ORGANIC ⓘ

704	598	106	2.05	31.9k
Interactions	Likes	Comments	Int. per 1k Followers	Impressions

INSIGHTS

16	30k	31.9k
Saves	Reach	Impressions

Soluções Digitais

VACINA

5 **Banco do Brasil**  /bancoodobrasil Post Photo Tuesday Jan 26, 2021 08:31

ORGANIC **NEGATIVE** **A**

A vacinação contra a Covid-19 já chegou no Brasil e com ela, o app do Ministério da Saúde Conecte SUS Cidadão onde você encontra todas as informações e etapas desta primeira fase.

Os grupos prioritários que receberão a vacina são: profissionais da saúde da linha de ... [Show more](#)



ESTAMOS A POSTOS PELA VACINAÇÃO CONTRA A COVID-19.

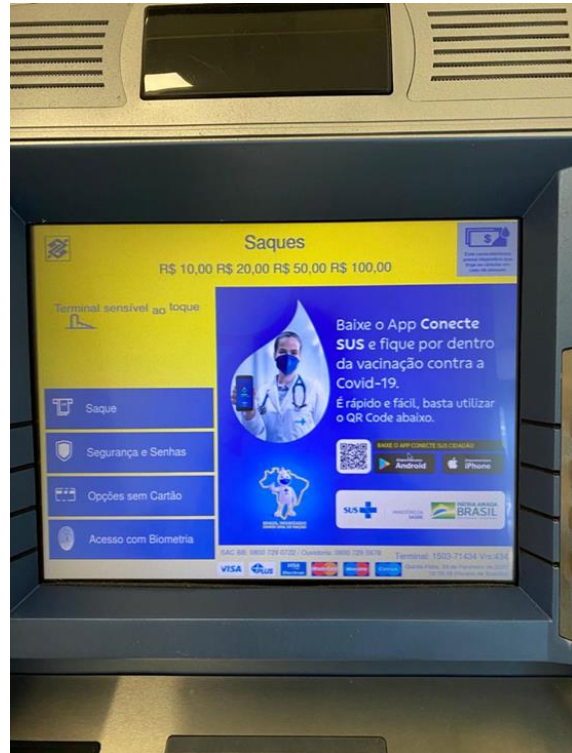
Gratuito e sem custo para quem quiser. A vacina de COVID-19 chegou no Brasil e com ela, o app do Ministério da Saúde Conecte SUS Cidadão onde você encontra todas as informações e etapas desta primeira fase.

SAÚDE, ACERTADO. COMEÇA A VACINAÇÃO.

817 Interactions 325 Reactions 462 Comments 30 Shares 0.27 Int. per 1k Fans 61.7k Impressions

INSIGHTS	
59.5k Reach	0 Paid Reach
59.5k Organic Reach	1.71% Reach Engagement Rate
61.7k Impressions	0 Paid Impressions
61.7k Organic Impressions	1k Engaged Users
697 Post Clicks	

Soluções Digitais **VACINA**



Mercado Livre

Criação de landing page, banner na página principal do site e ao lado do campo de buscas.

mercado livre    Vacinação contra a Covid-19

 Enviar para Paola Cond Monaco Qd ... Categorias Ofertas do dia Histórico Supermercado Lojas oficiais Vender Contato PAOLA S Compras Favoritos 

SUPER QUARTA **50% OFF** **+R\$ 30 DE DESCONTO*** **COM O CUPOM: SUPER30**

*Cupom limitado a 1 uso por CPF, em compras a partir de R\$150 feitas pelo app, até atingir o limite de 1000 cupons. Não aplicável ao vendedor Mercado Livre Oficial.



Pagamento rápido e seguro com Mercado Pago  **Até 12 vezes sem juros**  **Ver mais**  **À vista no boleto bancário**  **Ver mais**  **Mais formas de pagamento**  **Ver todos**

Coca-Cola Brasil

27 de janeiro às 11:47

Enviar mensagem

Curtir

3

Coca-Cola Brasil

27 de janeiro às 11:47

Enviar mensagem

Curtir

3

Coca-Cola Brasil

27 de janeiro às 11:47

Enviar mensagem

Curtir

3

Coca-Cola Brasil

27 de janeiro às 11:47

Enviar mensagem

Curtir

3

Coca-Cola Brasil

27 de janeiro às 11:47

Enviar mensagem

Curtir

3

Coca-Cola Brasil

27 de janeiro às 11:47

Enviar mensagem

Curtir

3

Coca-Cola Brasil

27 de janeiro às 11:47

Enviar mensagem

Curtir

3

Coca-Cola Brasil

27 de janeiro às 11:47

Enviar mensagem

Curtir

3

Coca-Cola Brasil

27 de janeiro às 11:47

Enviar mensagem

Curtir

3

Coca-Cola Brasil

27 de janeiro às 11:47

Enviar mensagem

Curtir

3

Coca-Cola Brasil

27 de janeiro às 11:47

Enviar mensagem

Curtir

3

Coca-Cola Brasil

27 de janeiro às 11:47

Enviar mensagem

Curtir

3

Coca-Cola Brasil

27 de janeiro às 11:47

Enviar mensagem

Curtir

3

Coca-Cola Brasil

27 de janeiro às 11:47

Enviar mensagem

Curtir

3

Coca-Cola Brasil

27 de janeiro às 11:47

Enviar mensagem

Curtir

3

Coca-Cola Brasil

27 de janeiro às 11:47

Enviar mensagem

Curtir

3

Coca-Cola Brasil

27 de janeiro às 11:47

Enviar mensagem

Curtir

3

Coca-Cola Brasil

27 de janeiro às 11:47

Enviar mensagem

Curtir

3

Coca-Cola Brasil

27 de janeiro às 11:47

Enviar mensagem

Curtir

3

Coca-Cola Brasil

27 de janeiro às 11:47

Enviar mensagem

Curtir

3

Coca-Cola Brasil

27 de janeiro às 11:47

Enviar mensagem

Curtir

3

Coca-Cola Brasil

27

AMBEV

Doação de 50 mil caixas térmicas que seriam usadas no carnaval para uso e transporte das vacinas

Divulgação da campanha de vacinação em 35 mil postos de vendas das bebidas do grupo (em andamento).



Grupo Petrópolis

Distribuição de 50 mil cartazes nos pontos de venda de bebidas da empresa, no estado do RJ e região nordeste.

Grupo BIG

Veiculação dos vídeos da campanha de esclarecimento e vacinação em todos os supermercados da rede: Big, Sam's Club, Bompreço, rede nacional.

ABRATI

Divulgação da campanha de vacinação em conjunto com as empresas de transporte terrestre interestadual.

Algumas rodoviárias entraram também nesta campanha.

INFRAERO

- Providências para acerto de carta de cooperação técnica entre o MS e a INFRAERO. Com isso teremos à nossa disposição, 43 aeroportos onde poderemos anunciar sem custo de veiculação;
- Adesivação de 43 aeroportos na sinalização de cuidados e medidas de precaução contra covid-19 (lavar as mãos, uso de máscara e álcool em gel) – em desenvolvimento.

Google

- Doação de R\$16MM para uso no Google Search;

- Criação de página especial com informações sobre o Covid-19, quando a pessoa faz uma busca;
- Inserção de 38 mil postos de vacinação no Google Maps (em análise de viabilidade técnica).

UBER

- Empresa se disponibilizou a divulgar nossas campanhas em seu aplicativo;
- Doação de 10 milhões de viagens gratuitas no mundo para profissionais de saúde e/ou pessoas que estejam ligadas no esforço na vacinação. (estamos verificando qual seria a melhor forma de uso dessas viagens pelo Ministério, CONAS e CONASSEMS).

Liquigás

Inserção de comunicação nos lacres dos botijões de gás. (em andamento).

ABIAD – Associação Brasileira de Alimentos Especiais

- Divulgação do conteúdo do MS para as 59 empresas associadas e seus funcionários;
- Inserção de publicidade na *newsletter* da entidade.

Herbalife Nutrition

- Divulgação das peças publicitárias sobre a vacinação na revista mensal de venda de produtos;
- Redes sociais e canais internos da empresa.