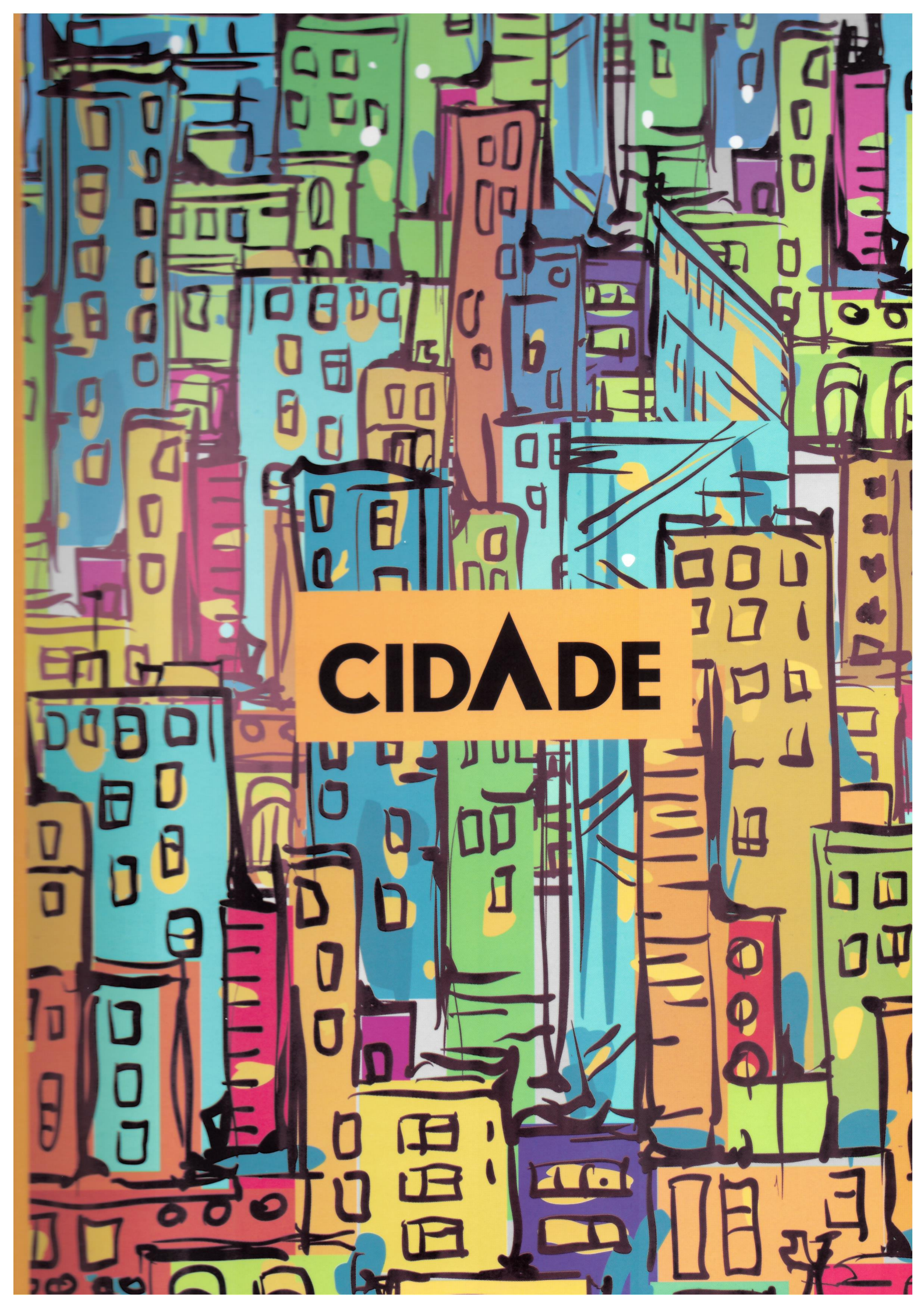


The background is a dense, colorful illustration of a city skyline. Buildings are depicted in various colors including blue, green, yellow, orange, and purple, with black outlines and numerous small windows. The style is reminiscent of mid-century modern graphic design. A solid orange horizontal banner is positioned in the center of the image, containing the word 'CIDADE' in a bold, black, sans-serif font.

CIDADE

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

CADERNO INTEGRANTE DO INVÓLUCRO 3

O presente caderno reúne 2 (dois) relatos de soluções de problemas de comunicação desenvolvidas pela agência, selecionados com o propósito de evidenciar sua capacidade técnica e estratégica na identificação de desafios comunicacionais e na proposição de soluções criativas e eficazes. Cada relato apresenta, de forma estruturada, o contexto do problema, os objetivos estabelecidos, a estratégia de comunicação adotada e os resultados alcançados, demonstrando a contribuição da atividade publicitária para o cumprimento das metas definidas pelo cliente.

RELATO DE SOLUÇÃO DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

Anunciante: Núcleo Especializado para Pessoas com Espectro do Autismo (NEPEA)

Campanha: Todo Mundo Tem um Poder e o Seu é Ajudar

Histórico e cenário do problema de comunicação

Em 2021, o NEPEA (Núcleo Especializado para Pessoas com Espectro do Autismo), vinculado à APAE (Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais) de Feira de Santana, enfrentava o desafio de ampliar a captação de recursos para garantir a continuidade de seus projetos e atendimentos. Como organização da sociedade civil sem fins lucrativos, a APAE desenvolve um importante trabalho voltado à promoção dos direitos e da qualidade de vida de pessoas com deficiência intelectual, múltipla e Transtorno do Espectro Autista (TEA), oferecendo suporte nas áreas de saúde, educação e assistência social.

O cenário tornou-se ainda mais desafiador em razão da pandemia da COVID-19, que elevou as demandas por atendimento ao mesmo tempo em que reduziu as possibilidades de financiamento. Diante desse contexto, surgiu a campanha "Todo Mundo Tem um Poder e o Seu é Ajudar", concebida para sensibilizar a sociedade, estimular doações, fortalecer o voluntariado e ampliar o apoio de parceiros institucionais, assegurando a continuidade das ações desenvolvidas pelo NEPEA.

Objeto proposto

A campanha tinha como objetivo despertar o sentimento de empatia da sociedade, demonstrando que cada pessoa possui o poder de contribuir para a transformação da vida de crianças e famílias atendidas pelo NEPEA. Além de incentivar doações financeiras, era preciso ampliar a rede de voluntários e parceiros e evidenciar a relevância do trabalho realizado pelo Núcleo na promoção da inclusão e do atendimento especializado às pessoas com TEA.

Solução desenvolvida pela agência

A estratégia criativa partiu do conceito de que todos possuem um superpoder capaz de transformar vidas: o poder de ajudar. Para materializar essa ideia, a campanha adotou uma linguagem leve, afetiva e inspiradora.

A identidade visual foi construída com uma paleta de cores claras, predominando tons de azul, amarelo e branco, complementados por detalhes em rosa e verde, transmitindo acolhimento, esperança e inclusão. As peças utilizaram imagens de crianças caracterizadas como super-heróis, reforçando simbolicamente a mensagem central da campanha e despertando empatia ao mostrar que cada gesto de solidariedade pode representar um verdadeiro ato de heroísmo.

A campanha foi desdobrada em diferentes peças e canais de comunicação, integrando estratégias voltadas à sensibilização, informação e mobilização social. O conjunto das

ações buscou ampliar a visibilidade do NEPEA, fortalecer sua imagem institucional e incentivar a participação da comunidade por meio de doações, voluntariado e parcerias.

Resultados

As ações desenvolvidas contribuíram para ampliar a visibilidade do NEPEA e fortalecer o reconhecimento de sua atuação junto à comunidade. A campanha atingiu seu propósito de sensibilizar a sociedade para a importância do apoio às pessoas com Transtorno do Espectro Autista e suas famílias, estimulando o engajamento em torno da causa e ampliando as oportunidades de captação de recursos, formação de parcerias e participação de voluntários. A estratégia integrada permitiu comunicar a missão da instituição de forma humanizada, fortalecendo os vínculos entre o NEPEA e seus diferentes públicos.

FICHA TÉCNICA DAS PEÇAS DA CAMPANHA

Data de produção: 05/11/2021

Período de divulgação: 10/11 a 10/12/2021

Três exemplos de peças desenvolvidas para a campanha e indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver:

Carrossel para redes sociais (3 lâminas – 1.080 x 1.350 pixels)

O carrossel foi desenvolvido para ampliar o engajamento nas redes sociais da APAE em Feira de Santana, apresentando de forma sequencial a atuação do NEPEA e sensibilizando o público para a importância da inclusão e do apoio à instituição. A peça buscou despertar identificação com a causa e estimular doações, voluntariado e compartilhamento da campanha.

Outdoor (9 m x 3 m)

O outdoor teve como objetivo ampliar a visibilidade institucional da campanha por meio da divulgação em pontos estratégicos da cidade, alcançando um público amplo e diversificado. A peça buscou fortalecer o reconhecimento do NEPEA e despertar o interesse da população em conhecer, apoiar e contribuir com a instituição.

Banner digital (300 x 600 pixels)

O banner digital foi desenvolvido para ampliar o alcance da campanha em sites e portais parceiros. A peça buscou reforçar a presença digital da instituição, estimular o engajamento com a campanha e incentivar doações e outras formas de apoio.

Documento assinado digitalmente
gov.br CARLOS MOACIR DE ATHAYDE MANSUR DE CAR
Data: 07/08/2026 09:17:24-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

CARLOS MOACIR DE ATHAYDE MANSUR DE CARVALHO

SÓCIO ADMINISTRADOR

CIDADE
PROPAGANDA & MARKETING

ATESTADO DE VALIDAÇÃO

Atesto, para os devidos fins, a veracidade e a validade do Relato de Solução de Problema de Comunicação referente à campanha "Todo mundo tem um poder e o seu é ajudar", elaborada pela empresa CIDADE PROPAGANDA E MARKETING LTDA., inscrita no CNPJ nº 06.955.452/0001-03, desenvolvida para o Núcleo Especializado para Pessoas com Espectro do Autismo.

Feira de Santana-BA, 3 de agosto de 2026.



Documento assinado digitalmente
ELIVALDO ALVES MORAIS
Data: 05/08/2026 08:04:07-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

ELIVALDO ALVES MORAIS

Presidente do Núcleo Especializado para Pessoas com Espectro do Autismo



Campanha: "Todo mundo tem um poder e o seu é ajudar"

Outdoor



CIDADE
PROPAGANDA & MARKETING

75 99110-2573

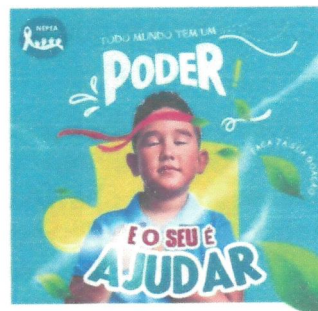
Avenida João Durval, 692, Brasília,
Feira de Santana-Ba, CEP 44088-126

cidade@cidadepropaganda.com.br
www.cidadepropaganda.com.br

Campanha: "Todo mundo tem um poder e o seu é ajudar"

Amostra de peças eletrônicas de comunicação.

Conteúdo disponibilizado integralmente em pen drive, contemplando **carrossel** para redes sociais e **banner** para site.



CIDADE
PROPAGANDA & MARKETING

☎ 75 99110-2573

📍 Avenida João Durval, 692, Brasília,
Feira de Santana-Ba, CEP 44088-126

✉ cidade@cidadepropaganda.com.br
🌐 www.cidadepropaganda.com.br

RELATO DE SOLUÇÃO DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

Anunciante: Prefeitura Municipal de Feira de Santana

Campanha: Feira segue firme no combate à dengue!

Histórico e cenário do problema de comunicação

Em 2025, a Prefeitura Municipal de Feira de Santana, por meio da Secretaria Municipal de Saúde, intensificou as ações de enfrentamento à dengue diante do aumento dos casos registrados no município e da necessidade de fortalecer a rede de assistência à população. Além das medidas de prevenção e controle do mosquito transmissor, tornou-se essencial ampliar o acesso ao diagnóstico precoce, reduzindo o tempo entre o surgimento dos sintomas e o início do acompanhamento médico.

Nesse contexto, a Prefeitura passou a disponibilizar testes rápidos para diagnóstico da dengue em duas Unidades de Pronto Atendimento (UPAs) e nas sete policlínicas municipais. Entretanto, para que a medida alcançasse o efeito esperado, era necessário comunicar de forma rápida e objetiva onde o serviço estava disponível, quem poderia utilizá-lo e a importância de procurar atendimento diante dos primeiros sintomas.

Objeto proposto

O objetivo proposto era informar a população sobre a disponibilização dos testes rápidos para dengue na rede municipal de saúde, incentivando a procura pelo diagnóstico precoce e orientando os cidadãos sobre os locais de atendimento. Paralelamente, era preciso fortalecer a percepção de eficiência e compromisso da Prefeitura de Feira de Santana e da Secretaria Municipal de Saúde no combate à dengue no município, evidenciando a ampliação dos serviços oferecidos como parte de ações coordenadas de enfrentamento à doença.

Solução desenvolvida pela agência

Para atender ao desafio, foi desenvolvida uma campanha integrada de utilidade pública, utilizando jornal impresso, rádio e mídia digital para ampliar o alcance da mensagem e garantir que a informação chegasse aos diferentes perfis da população.

A estratégia criativa privilegiou uma comunicação objetiva, acessível e de rápida compreensão, traduzindo informações técnicas em mensagens claras e orientadas ao serviço. As peças destacaram a realização dos testes rápidos, o tempo reduzido para obtenção do resultado, os locais de atendimento e os principais sintomas da dengue, incentivando a procura pelos serviços de saúde logo nos primeiros dias da doença.

Visualmente, a campanha utilizou elementos que transmitiam confiança e credibilidade, aproximando a população da rede municipal de saúde. A presença de uma profissional da saúde segurando um teste rápido, associada à imagem de uma UPA, reforçou a disponibilidade do serviço e facilitou a identificação dos locais de atendimento. A

integração entre os diferentes meios permitiu repetir a mensagem em diversos pontos de contato, ampliando sua efetividade e fortalecendo o caráter educativo da campanha.

Resultados

A campanha ampliou a divulgação da oferta dos testes rápidos na rede municipal de saúde, levando informações de interesse público à população por meio de diferentes canais de comunicação. A estratégia integrada fortaleceu as ações da Secretaria Municipal de Saúde ao orientar os cidadãos sobre os sintomas da dengue, os locais de realização da testagem e a importância do diagnóstico precoce para o tratamento oportuno e a redução do agravamento dos casos.

A utilização coordenada do jornal impresso, do rádio e da mídia digital proporcionou maior cobertura e frequência da comunicação, potencializando o alcance das informações e reforçando o compromisso da Prefeitura com a transparência, a prevenção e a promoção da saúde. As peças contribuíram para aproximar a população dos serviços disponibilizados pelo município, apoiando uma estratégia mais ampla de enfrentamento à dengue, que também envolvia vacinação, bloqueio do mosquito e ações permanentes de vigilância epidemiológica.

FICHA TÉCNICA DAS PEÇAS DA CAMPANHA

Data de produção: 04/06/2025

Período de veiculação: junho de 2025

Três exemplos de peças desenvolvidas para a campanha e indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver:

Anúncio de jornal (1/2 página)

Veiculado no Jornal Noite e Dia, o anúncio de meia página apresentou, de forma clara e objetiva, a disponibilização dos testes rápidos para dengue nas UPAs dos bairros Queimadinha e Mangabeira e nas sete policlínicas municipais. A peça informou os locais de atendimento, destacou que o resultado do exame era obtido em menos de 30 minutos e reforçou a importância do diagnóstico precoce para o tratamento adequado.

Como estratégia visual, foi utilizada a imagem de uma profissional de saúde segurando um teste rápido em primeiro plano, enquanto uma policlínica da rede municipal aparece ao fundo. Essa composição estabeleceu uma associação imediata entre o serviço oferecido e o local de atendimento, transmitindo credibilidade e facilitando a compreensão da mensagem.

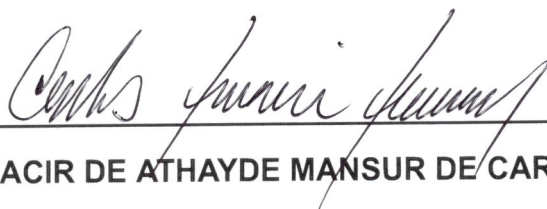
Banner digital (1200 × 227 pixels)

Desenvolvido para veiculação nos canais digitais da Prefeitura e em portais de notícias locais, o banner ampliou o alcance da campanha, reforçando a disponibilização dos testes rápidos, os locais de atendimento e os principais sintomas da dengue. Pela objetividade

da linguagem e pelo forte apelo visual, a peça favoreceu a rápida assimilação da informação e sua ampla circulação no ambiente digital.

Spot de rádio (30")

Produzido com linguagem simples, direta e de fácil compreensão, o spot levou a mensagem a um público amplo, reforçando os sintomas iniciais da dengue, a disponibilidade dos testes rápidos e os locais de atendimento. A peça também destacou que o diagnóstico precoce possibilita um tratamento mais rápido e seguro, incentivando a população a procurar assistência médica logo nos primeiros dias de sintomas e fortalecendo o caráter educativo da campanha.



CARLOS MOACIR DE ATHAYDE MANSUR DE CARVALHO
SÓCIO ADMINISTRADOR

3
64

ADD.

ATESTADO DE VALIDAÇÃO

Atesto, para os devidos fins, a veracidade e a validade do Relato de Solução de Problema de Comunicação referente à campanha "Feira segue firme no combate à dengue!", elaborada pela empresa CIDADE PROPAGANDA E MARKETING LTDA., inscrita no CNPJ nº 06.955.452/0001-03, desenvolvida para a Prefeitura Municipal de Feira de Santana, inscrita no CNPJ nº 02.983.473/0001-81.

Feira de Santana-BA, 4 de agosto de 2026.

Joilton Antônio Freitas de Mattos
Secretário de Comunicação Social

JOILTON ANTÔNIO DE FREITAS MATTOS

Secretário de Comunicação

Prefeitura Municipal de Feira de Santana

CIDADE
PROPAGANDA & MARKETING

3
6.4

Campanha: "Feira segue firme no combate à dengue"

Anúncio de jornal (1/2 página)



Feira segue firme no combate a dengue!

A Prefeitura de Feira de Santana, por meio da Secretaria Municipal de Saúde, implantou testes rápidos para diagnóstico de dengue nas UPAs da Queimadinha e Mangabeira e em todas as sete policlinicas municipais.

Os profissionais dessas unidades receberam capacitação para realizar o exame entre o 1º e o 5º dia de sintomas, o resultado sai em até 20 minutos, garantindo agilidade no atendimento.

A ação integra o conjunto de estratégias da gestão municipal no enfrentamento à dengue, priorizando o cuidado, a prevenção e a resposta rápida diante dos casos suspeitos. Essa novidade reforça o compromisso da Prefeitura de Feira com a saúde pública, ampliando a capacidade de enfrentamento à dengue e protegendo a população feirense.

Feira PREFEITURA
TODO DIA TEM TRABALHO CHEGANDO

CIDADE
PROPAGANDA & MARKETING

☎ 75 99110-2573

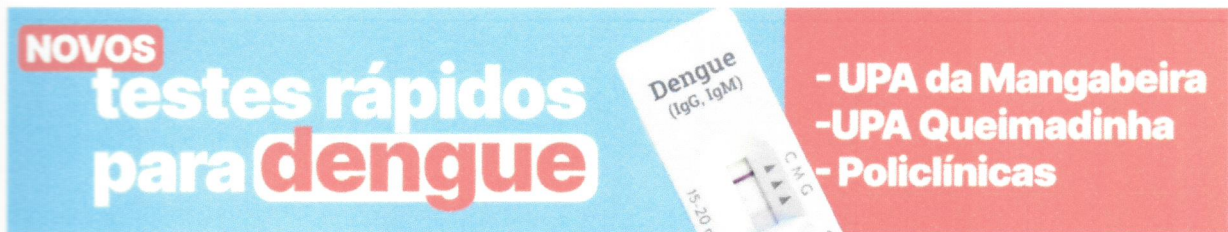
📍 Avenida João Durval, 692, Brasília,
Feira de Santana-Ba, CEP 44088-126

✉ cidade@cidadepropaganda.com.br
🌐 www.cidadepropaganda.com.br

Campanha: "Feira segue firme no combate à dengue"

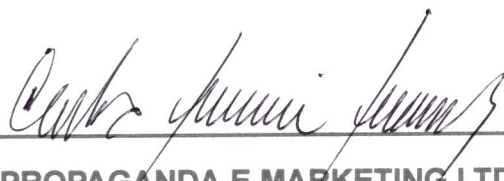
Amostra do **banner digital**.

A peça completa, bem como o **spot** de rádio da campanha, encontra-se disponibilizada em pen drive.



No que se refere ao quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, apresentado para Concorrência Pública nº 001/2026, do Conselho Regional de Medicina do Estado do Paraná, por ser expressão da verdade, firmo e dou fé.

Feira de Santana/BA, 24 de agosto de 2026.



CIDADE PROPAGANDA E MARKETING LTDA.
CARLOS MOACIR DE ATHAYDE MANSUR DE CARVALHO
SÓCIO ADMINISTRADOR



CIDADE



Av. João Durval, 692, Sala 102
Brasília - Feira de Santana - Bahia
CEP: 44.088 - 126 (75) 99110-2573