

Prefeitura Municipal de Rio Bom

Estado do Paraná

Praça Heinrich Schellworth, 65 - CNPJ 75.771.212/0001-71 - Fone (43) 3468-1123

A

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

A

Raciocínio Básico:

A Prefeitura Municipal de Rio Bom/PR, localizada no norte do Paraná, é uma cidade com aproximadamente 3.337 habitantes, segundo dados do IBGE (2022). Com uma economia baseada na agricultura e pequenos comércios, o município vive um momento de desenvolvimento estrutural, econômico e social, impulsionado pelas ações da gestão municipal. No entanto, um dos principais desafios atuais é a prevenção da dengue, doença que pode se tornar um problema de saúde pública caso não seja controlada. A dengue é uma realidade preocupante no estado do Paraná, que registrou mais de 4.997 casos confirmados e 2 óbitos pela doença no atual período epidemiológico, iniciado em 28 de julho de 2024, segundo boletins da Secretaria de Estado da Saúde (SESA). A região norte do Paraná, onde Rio Bom está localizada, é uma das mais afetadas, com municípios vizinhos como Apucarana, Maringá e Londrina reportando números significativos de casos. Esses dados evidenciam a urgência de ações preventivas em Rio Bom, uma vez que a proximidade com esses municípios aumenta o risco de surtos locais. Embora Rio Bom ainda não tenha registrado um número alarmante de casos, a prevenção é essencial para evitar que a situação se agrave, especialmente considerando a presença de áreas com acúmulo de lixo e terrenos baldios que podem servir como criadouros do mosquito.

A Prefeitura de Rio Bom tem o dever de informar e educar a população sobre os riscos da dengue e a importância de evitar a proliferação do mosquito *Aedes aegypti*, responsável pela transmissão da doença. A comunicação pública, neste caso, deve assumir um caráter educativo e informativo, visando conscientizar os cidadãos sobre como suas ações podem impactar diretamente a saúde coletiva. O acúmulo de lixo e água parada são os principais fatores que contribuem para a reprodução do mosquito, e a população precisa ser alertada sobre esses riscos de forma clara e impactante. Além disso, é importante destacar que a dengue não é apenas um problema de saúde individual, mas uma questão que afeta toda a comunidade, podendo sobrecarregar o sistema de saúde e impactar negativamente a economia local. A campanha deve ser integrada às ações já realizadas pela gestão municipal, reforçando a continuidade das políticas públicas e o compromisso da Prefeitura com o desenvolvimento sustentável da cidade.

A campanha de comunicação proposta tem como objetivo principal conscientizar a população de Rio Bom sobre os perigos da dengue e a necessidade de prevenção, reforçando que a doença pode levar a óbitos e que a participação de todos é essencial para evitar uma epidemia. A Prefeitura busca uma comunicação que não apenas informe, mas também engaje a população, promovendo mudanças de comportamento e a participação ativa dos cidadãos. A campanha deve reforçar a autoestima da população, mostrando que a cidade está evoluindo e que cada indivíduo tem um papel fundamental nesse processo. Para isso, é necessário desenvolver uma estratégia de comunicação que utilize veículos adequados ao perfil do município, considerando suas características urbanas e rurais, e que alcance todos os públicos de forma eficiente. A linguagem utilizada deve ser acessível e inclusiva, garantindo que jovens, idosos, moradores da zona rural e outros grupos possam compreender e se engajar na campanha.

Os desafios de comunicação são significativos. Em primeiro lugar, é necessário conscientizar a população sobre a gravidade da dengue, já que muitos moradores podem não perceber como pequenas ações, como deixar água parada, podem contribuir para a proliferação do mosquito. Além disso, a campanha precisa ir além da informação, criando um engajamento real que motive a população a agir e a se sentir parte da solução. Outro desafio é o alcance, já que Rio Bom é um município pequeno, mas com áreas rurais e urbanas, o que exige uma estratégia que atinja todos os públicos, incluindo zonas mais afastadas. Por fim, o orçamento limitado de R\$ 60.000,00 exige que a campanha priorize estratégias eficientes e de baixo custo, mas com alto impacto, garantindo que os recursos sejam utilizados de forma otimizada. A experiência de municípios vizinhos, como Apucarana e Londrina, que enfrentaram surtos de dengue recentemente, serve como um alerta para Rio Bom. Em Apucarana,



por exemplo, a falta de conscientização da população sobre a eliminação de criadouros foi um dos fatores que contribuíram para o aumento dos casos. Já em Londrina, campanhas de mobilização comunitária e parcerias com escolas e empresas mostraram-se eficazes na redução dos focos do mosquito. Esses exemplos reforçam a importância de uma campanha bem estruturada e engajadora, que mobilize não apenas a Prefeitura, mas também a sociedade civil, escolas, empresas e organizações locais. A prevenção da dengue é uma responsabilidade compartilhada, e a comunicação pública deve ser o elo que une todos os atores em prol de um objetivo comum: proteger a saúde da população e garantir o desenvolvimento sustentável de Rio Bom.

Além de conscientizar a população sobre os perigos da dengue, a campanha reforça o compromisso da nova gestão com a transparência e a participação popular, valores essenciais para o fortalecimento da democracia e a construção de uma cidade mais justa e desenvolvida. Os serviços publicitários assumem um papel estratégico, não apenas como ferramentas de informação, mas como instrumentos de engajamento e mobilização da comunidade. A comunicação pública é fundamental para garantir que os cidadãos tenham acesso às informações sobre as ações do governo, em conformidade com a Lei nº 12.527/2011 (Lei de Acesso à Informação), e para promover a adesão da população a programas sociais, como campanhas de saúde, educação e habitação. Ao utilizar múltiplos meios e propostas de comunicação, a Prefeitura busca mobilizar o maior número possível de moradores, garantindo ampla visibilidade às ações implementadas e incentivando a participação ativa da comunidade no enfrentamento dos desafios coletivos. Essa abordagem não apenas fortalece a relação entre o poder público e os cidadãos, mas também contribui para a construção de uma cultura de transparência e responsabilidade compartilhada.

Estratégia de Comunicação Publicitária

A estratégia de comunicação publicitária para a campanha de prevenção à dengue em Rio Bom/PR foi desenvolvida com base no diagnóstico das necessidades do município e nos desafios de comunicação identificados. O objetivo central é sensibilizar a população sobre os riscos da dengue e engajá-la na adoção de medidas preventivas, como a eliminação de criadouros do mosquito *Aedes aegypti*. A campanha eleva o tom da simples comunicação para um chamamento à responsabilidade compartilhada, reforçando que a prevenção é um dever de todos: da Prefeitura e dos cidadãos. Com o aumento de casos de dengue e a seriedade da doença, que também pode transmitir outras arboviroses, como Zika e Chikungunya, a campanha busca conscientizar a população sobre a importância de ações cotidianas para evitar a proliferação do mosquito.

O partido temático da campanha gira em torno da ideia de "Unidos Contra a Dengue", reforçando que a prevenção da dengue é uma responsabilidade coletiva. A mensagem principal proposta é: "Dengue: A Prefeitura e Você na Luta Contra o Mosquito!". Essa frase é simples, direta e convocatória, destacando a ação conjunta da Prefeitura e dos cidadãos no combate à doença. O conceito será traduzido em peças publicitárias que valorizam a participação ativa dos cidadãos, mostrando exemplos práticos de como todos podem contribuir para eliminar os focos do mosquito.

A estratégia de comunicação será focada em três meios de divulgação, conforme exigido no edital: jornal, rádio e banner de internet. Esses veículos foram escolhidos por sua capacidade de alcançar diferentes públicos-alvo de forma eficiente, garantindo que a mensagem chegue a todos os moradores de Rio Bom, incluindo zonas urbanas e rurais.

No jornal, será veiculado um anúncio de página única com o título "Dengue: A Prefeitura e Você na Luta Contra o Mosquito!". A peça trará uma imagem impactante de um mosquito *Aedes aegypti* ampliado, acompanhada de dicas práticas para eliminar criadouros, como tampar caixas d'água, limpar calhas e evitar o acúmulo de lixo. O layout será clean, com cores fortes (vermelho e preto) para chamar a atenção, e o texto destacará a importância da participação de todos. O anúncio será publicado no principal jornal da região, com tiragem semanal, garantindo ampla visibilidade.

No rádio, será veiculado um spot de 30 segundos com uma vinheta sonora marcante e uma mensagem direta: "Dengue: A Prefeitura e Você na Luta Contra o Mosquito! Tampe, limpe, seque. Faça sua parte e proteja Rio Bom!". O áudio será transmitido nas principais emissoras da região, com horários

estratégicos para alcançar toda a população, desde donas de casa e trabalhadores até jovens e idosos. A mensagem será repetida ao longo do dia, garantindo alta frequência e alcance. O rádio foi priorizado por seu amplo alcance em todo o município, atingindo todas as camadas da população com um investimento relativamente baixo.

No banner de internet, será veiculada uma peça animada para sites locais e redes sociais, com a frase "Dengue: A Prefeitura e Você na Luta Contra o Mosquito!" e uma animação simples de um mosquito sendo eliminado por uma ação humana (como o fechamento de uma caixa d'água). O banner incluirá um botão de clique com a chamada "Saiba como se proteger", direcionando para uma página com mais informações. O banner será veiculado em sites de notícias locais e nas redes sociais da Prefeitura, garantindo visibilidade no ambiente digital.

A iniciativa será dividida em três fases principais: sensibilização, educação e mobilização. Na fase de sensibilização, o foco será despertar a atenção da população para os riscos da dengue, utilizando mensagens impactantes e exemplos reais. Na fase de educação, serão fornecidas informações claras e práticas sobre como identificar e eliminar criadouros do mosquito, com ênfase em ações simples que podem ser realizadas no dia a dia. Por fim, na fase de mobilização, a campanha incentivará a participação ativa da comunidade, promovendo ações coletivas, como mutirões de limpeza e parcerias com escolas e empresas.

A campanha visa reforçar a mensagem de que a prevenção é uma responsabilidade de todos, incentivando a população a adotar medidas simples no dia a dia, como tampar tonéis e caixas d'água, manter calhas limpas, deixar garrafas viradas com a boca para baixo, manter lixeiras bem tampadas, limpar ralos e preencher pratos de vasos de plantas com areia. Além disso, a campanha destacará a importância de os cidadãos olharem seus quintais e as redondezas de suas residências, inclusive conversando com os vizinhos para fazerem o mesmo. Essas ações, quando realizadas de forma contínua, podem mitigar a reprodução do mosquito e, conseqüentemente, reduzir os casos de dengue no município.

O público-alvo da campanha é toda a sociedade de Rio Bom/PR, já que a prevenção da doença é uma responsabilidade coletiva e envolve ações que todos podem (e devem) realizar. A linguagem adotada será clara, acessível e inclusiva, garantindo que todos os públicos compreendam as mensagens e se sintam convidados a participar da campanha. A ideia criativa das peças publicitárias foi pensada para estimular uma maior responsabilização das famílias na manutenção de seus ambientes domésticos livres de potenciais criadouros do mosquito.

O cronograma prevê a veiculação da campanha ao longo de 30 dias, com ações intensivas nas duas primeiras semanas para garantir alto impacto inicial. O orçamento de R\$ 60.000,00 será distribuído entre produção de materiais e veiculação nos meios previstos (jornal, rádio e banner de internet), garantindo que os recursos sejam utilizados de forma otimizada e alinhada às diretrizes do edital.

Para avaliar o impacto da campanha, serão utilizadas métricas de sucesso que incluem o alcance e engajamento (como o número de visualizações e cliques no banner de internet, a audiência estimada dos spots de rádio e a tiragem do jornal), a mudança de comportamento (como o aumento no número de denúncias de possíveis criadouros à Prefeitura e a participação da população em mutirões de limpeza) e a redução de casos (como o monitoramento do número de casos de dengue reportados antes e após a campanha e a redução no número de focos do mosquito identificados pelas equipes de vigilância sanitária). Essas métricas permitirão mensurar a eficácia da campanha e ajustar as estratégias, se necessário.

Segundo dados da Secretaria de Estado da Saúde do Paraná (SESA), a região norte do estado, onde Rio Bom está localizada, registrou um aumento significativo de casos de dengue nos últimos anos. Municípios vizinhos, como Apucarana e Londrina, reportaram milhares de casos em 2023, evidenciando a necessidade de ações preventivas em Rio Bom. Embora o município ainda não tenha registrado um número alarmante de casos, a proximidade com essas áreas de risco exige uma resposta rápida e eficaz para evitar surtos locais. A campanha, portanto, surge como uma medida proativa para proteger a saúde da população e garantir o desenvolvimento sustentável da cidade.

Ideia Criativa

A Ideia Criativa da campanha de prevenção à dengue em Rio Bom/PR resume a estratégia de comunicação publicitária em uma redução de mensagem clara e impactante, capaz de engajar toda a população no combate ao mosquito *Aedes aegypti*: "O perigo está mais perto do que você imagina. Juntos, podemos eliminar a dengue em Rio Bom!". Essa frase sintetiza o conceito central da campanha, destacando a união entre o poder público e a população como fator decisivo no combate à dengue e reforçando que pequenas ações individuais podem gerar um grande impacto coletivo.

A mensagem também pode assumir a forma de um slogan: "Dengue: A Prefeitura e Você na Luta Contra o Mosquito!". Essa versão foi pensada para ser simples, memorável e convocatória, transmitindo a urgência do problema e incentivando a participação de todos. Ambas as frases serão o fio condutor das peças publicitárias, garantindo consistência e reforço da ideia central em todas as ações de comunicação da Prefeitura.

A ideia criativa também será traduzida visualmente nas peças publicitárias. No jornal, a imagem de um mosquito *Aedes aegypti* ampliado, acompanhada de dicas práticas de prevenção, reforçará a mensagem de que a eliminação dos criadouros depende de ações simples no dia a dia. No rádio, a vinheta sonora marcante e a mensagem direta do spot garantirão que a população se sinta convocada a agir. No banner de internet, a animação de um mosquito sendo eliminado por uma ação humana simbolizará a importância da participação de todos na luta contra a dengue.

Essa abordagem criativa foi pensada para ser inclusiva e acessível, garantindo que todos os públicos compreendam a mensagem e se sintam motivados a participar. A linguagem simples e direta, aliada a exemplos práticos e visuais impactantes, reforçará a ideia de que a prevenção da dengue é uma responsabilidade de todos e que, juntos, podemos eliminar o mosquito e proteger a saúde da comunidade.

- a) 01 (um) layout para anúncio institucional de ¼ página para jornal;
- b) 01 (um) roteiro para anúncio institucional de rádio;
- c) 01 (um) layout para anúncio institucional para banner de internet.

Estratégia de Mídia e Não Mídia:

A campanha de combate à dengue tem como público-alvo toda a população do município de Rio Bom. A dengue não é um problema de saúde individual, mas sim uma questão coletiva que exige conscientização e a participação ativa de todos. O combate ao mosquito transmissor depende de ações coordenadas e do engajamento da comunidade na eliminação dos criadouros.

Dessa forma, a comunicação precisa ser clara, objetiva e impactante, alcançando o maior número de pessoas possível e incentivando mudanças de comportamento. Para garantir a eficiência da campanha, foram selecionados veículos de mídia estratégicos, considerando não apenas o alcance, mas também a diversidade dos meios de comunicação consumidos pela população. Além disso, todas as escolhas foram feitas respeitando o orçamento disponível de R\$60.000,00 (sessenta mil reais) e as diretrizes estabelecidas no edital.

A campanha será veiculada por meio de jornal impresso, banners de internet e rádio, permitindo que a mensagem seja disseminada em diferentes formatos e atingindo públicos distintos. Essa abordagem garante maior engajamento e reforça a necessidade de medidas preventivas para evitar a proliferação do mosquito *Aedes Aegypti*.

Os principais objetivos da campanha são de conscientizar a população sobre os riscos da dengue e a importância da prevenção, informar os principais criadouros do mosquito e como eliminá-los, engajar a comunidade para que todos assumam um papel ativo na luta contra a dengue e maximizar o alcance da mensagem, garantindo que ela chegue a diferentes faixas etárias e grupos sociais dentro do município.

A seleção dos meios de comunicação utilizados na campanha foi baseada nos seguintes critérios:

Alcance – veículos que atingem um grande número de pessoas no município de Rio Bom;
Segmentação – mídias que dialogam diretamente com o público-alvo da campanha; Frequência –

canais que permitem reforço da mensagem ao longo do tempo; Impacto visual e auditivo – formatos que garantem alta retenção da informação.

A partir dessa análise, a agência estruturou a campanha nos formatos de mídia informados abaixo, com a devida justificativa para cada escolha:

O jornal impresso continua sendo um veículo de grande credibilidade e alcance, especialmente entre o público que busca informações regionais e municipais. Sua confiabilidade e formato editorial garantem que a mensagem da campanha seja recebida de forma mais séria e aprofundada, incentivando a conscientização sobre a importância do combate à dengue. Além disso, o jornal é um meio de comunicação tradicionalmente consumido por lideranças comunitárias, comerciantes e formadores de opinião, ampliando a disseminação da campanha para diferentes segmentos da sociedade. A inserção de um anúncio institucional de ¼ de página colorida no Jornal Tribuna do Norte, que possui ampla circulação em Rio Bom e região, é uma estratégia eficaz para garantir que a mensagem da campanha chegue a um público diversificado.

A internet é um dos principais canais de informação da população e desempenha um papel essencial na ampliação do alcance da campanha. Com o aumento do consumo de notícias por meio de portais e redes sociais, a inclusão de banners digitais garante visibilidade constante, pois a mensagem pode ser acessada a qualquer momento pelos usuários. Além disso, esse formato permite segmentação mais precisa, atingindo públicos específicos de maneira estratégica. O uso de imagens e textos dinâmicos torna a comunicação mais atrativa, reforçando a assimilação da mensagem e incentivando o compartilhamento entre os internautas. As inserções serão distribuídas em três importantes portais de notícias regionais, garantindo ampla visibilidade: TN Online de Apucarana, Blog do Berimbau de Borrazópolis e Blog Repórter do Vale do Ivaí. Essa escolha se justifica pelo grande número de acessos diários dessas plataformas e pelo fato de que muitas pessoas utilizam esses sites como fonte principal de informação sobre o município e região.

O rádio é um dos meios de comunicação mais acessíveis e de maior alcance em Rio Bom, sendo um veículo essencial para atingir moradores de todas as faixas etárias e classes sociais, incluindo aqueles que não têm acesso frequente à internet ou ao jornal impresso. Sua característica de transmissão contínua permite que a mensagem seja repetida diversas vezes ao longo do dia, aumentando a fixação do conteúdo na memória do público e ampliando a eficácia da campanha. Além disso, o rádio tem um forte apelo regional e comunitário, gerando maior engajamento por parte dos ouvintes, que confiam nos locutores e programas locais. Para maximizar a cobertura, os spots publicitários serão veiculados em três emissoras de grande audiência, alcançando diferentes perfis de ouvintes: Rádio Nova AM de Apucarana, com 45 inserções, Rádio Nova Era de Borrazópolis e Rádio Cidade de Jandaia, com 130 inserções cada. Essas rádios foram escolhidas com base em seu público-alvo e no alto índice de audiência em Rio Bom e municípios vizinhos, garantindo ampla disseminação da campanha.

A seguir, detalhamos o plano distribuição dos investimentos em cada um dos veículos de comunicação:

A) Jornal Impresso – Jornal Tribuna do Norte de Apucarana, circulação regional diária, com 01 (uma) inserção de ¼ de página colorida, distribuída no último domingo do mês referente ao período da campanha, no valor de R\$15.522,00 (quinze mil quinhentos e vinte dois reais).

B) Banner de Internet | Mídias Digitais – Serão divulgados diariamente durante o período da campanha nos seguintes sites: Tn Online de Apucarana, com 15 (quinze) inserções alternadas, no valor de R\$3.300,00 (três mil e trezentos reais); Blog do Berimbau de Borrazópolis, com 30 (trinta) inserções, sendo 01 (uma) por dia, no valor de R\$4.320,00 (quatro mil trezentos e vinte reais); e, no Blog Reporter do Vale do Ivaí de Borrazópolis, com 30 (trinta) inserções, sendo 01 (uma) por dia, no valor de R\$5.250,00 (cinco mil duzentos e cinquenta reais).

C) Rádio – Rádio Nova AM de Apucarana, com 45 inserções distribuídas no período da campanha, sendo 3 inserções diárias, de segunda a sábado, durante o período de 15 dias, no valor de R\$6.259,50 (seis mil duzentos e cinquenta e nove reais e cinquenta centavos); Rádio Nova Era de Borrazópolis,

com 130 (cento e trinta) inserções distribuídas no período da campanha, sendo 5 inserções diárias, de segunda a sábado, no valor de R\$4.062,50 (quatro mil e sessenta e dois reais e cinquenta centavos); e, Rádio Cidade de Jandaia, com 130 (cento e trinta) inserções distribuídas no período da campanha, sendo 5 inserções diárias, de segunda a sábado, no valor de R\$2.340,00 (dois mil trezentos e quarenta reais).

O investimento para veiculação da campanha nos meios supracitados é de R\$41.054,00 (quarenta e um mil e cinquenta e quatro reais). Além disso, os custos internos de criação das peças publicitárias, conforme valores estipulados pelo SINAPRO (Sindicato de Agências de Propaganda), somam R\$17.866,00 (dezesete mil oitocentos e sessenta e seis reais). Assim, o custo total da campanha para o período de 30 dias é de R\$58.920,00, (cinquenta e oito mil novecentos e vinte reais) atendendo integralmente às diretrizes do edital.

A campanha foi estruturada de forma a garantir o máximo aproveitamento dos recursos disponíveis, promovendo a conscientização da população de Rio Bom sobre a importância da prevenção contra a dengue. O uso de múltiplos canais de comunicação permite que a mensagem alcance diferentes públicos de maneira eficaz e impactante.

A seguir, apresentamos a tabela do mapa de mídia, a planilha de veiculação e o quadro resumo final para facilitar a compreensão da distribuição orçamentária e das estratégias adotadas.



Prefeitura Municipal de Rio Bom

Campanha da Dengue | Período 30 dias

VEÍCULOS	PEÇA	PERÍODO	INSERÇÕES	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
JORNAIS	TRIBUNA DO NORTE APUCARABA 1/4 PÁG/COLORIDO	30 DIAS	1 (DOMINGO)	15.522,00	15.522,00
RÁDIOS	NOVA ERA-FM BORRAZÓPOLIS NOVA AM APUCARANA RADIO CIDADE JANDAIA DO SUL	30 DIAS 30 DIAS 30 DIAS	5 INSERÇÕES/DIAX26 DIAS 3 INSERÇÕES/DIAX15 DIAS 5 INSERÇÕES/DIAX26 DIAS	31,25 139,10 18,00	4.062,50 6.259,50 2.340,00
INTERNET	TN ON LINE APUCARANA BLOG BERIMBAU BORRAZÓPOLIS O REPORTER DO VALE REGIONAL	30 DIAS 30 DIAS 30 DIAS	15 30 30	220,00 POR DIA 144,00 POR DIA 175,00 POR DIA	3.300,00 4.320,00 5.250,00
VEICULAÇÃO EM JORNAL INTERNET TOTAL					41.054,00
PRODUÇÃO DE TERCEIROS	CAPTAÇÃO, EDIÇÃO, CACHES E LOCUÇÃO ÁUDIO DE SPOT 30" (TABELA DO SINAPRO)				6.780,00
PRODUÇÃO INTERNA	CRIAÇÃO (TEXTO) LAYOUT ARTE FINAL ANUNCIO DE 1/4 PÁG (COLORIDO) R\$ 4.946,00				4.946,00
TAB. SINAPRO	BANNER PARA INTERNET (400X400) R\$ 6.110,00 (TABELA DO SINAPRO)				6.110,00
PRODUÇÃO AGÊNCIA E TERCEIROS (TABELA DO SINAPRO) TOTAL					17.866,00
TOTAL GERAL					58.920,00



Prefeitura Municipal de Rio Bom

Campanha da **Dengue** | Período 30 dias

Inserções/dias	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
Jornais																															
Tribuna do Norte																													1		
Rádios																															
Nova Era (FM) Borrazópolis	5	5	5	5	5	5		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		5	5	5	5	5	5	5	5	5	
Nova AM (AM) Apucarana															3	3	3		3	3	3		3	3	3	3	3	3		3	3
Cidade (FM) Jandaia do Sul	5	5	5	5	5	5		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		5	5	5	5	5	5	5	5	5	
Internet																															
Blog do Berimbau Borrazópolis e região	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Blog Repórter do Vale Welington Jhonnis Regional	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
TN On Line Apucarana e região															1	1		1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	

PLANO DE DISTRIBUIÇÃO

JORNAL TRIBUNA DO NORTE | APUCARANA DIVULGAÇÃO NO ÚLTIMO DOMINGO DO MÊS DA CAMPANHA.

- Jornal com circulação na Região do Vale do Ivaí.
- 01 (uma) inserção no período da campanha, no valor de R\$15.522,00 (quinze mil quinhentos e vinte e dois reais).

TN ONLINE | APUCARANA DIVULGAÇÃO DIÁRIA NOS ÚLTIMOS 15 DIAS DA CAMPANHA.

- Internet: Site e Redes Sociais | <https://tnonline.uol.com.br/>
- 15 (quinze) banner's central de 400 X 400, publicados de segunda a domingo, no valor unitário de R\$220,00 (duzentos e vinte reais) por inserção, totalizando em R\$3.300,00 (três mil e trezentos reais).

BLOG DO BERIMBAU | BORRAZÓPOLIS DIVULGAÇÃO DIÁRIA DE SEGUNDA A DOMINGO.

- Internet: Site e Redes Sociais | <https://blogdoberimbau.com/>
- 30 (trinta) banner's central de 400 X 400, publicados durante o período da campanha, no valor unitário de R\$144,00 (cento e quarenta e quatro reais) por inserção, totalizando em R\$4.320,00 (quatro mil trezentos e vinte reais)

BLOG REPORTER DO VALE DO IVAÍ | BORRAZÓPOLIS DIVULGAÇÃO DIÁRIA DE SEGUNDA A DOMINGO.

- Internet: Site e Redes Sociais | <https://jornalreporterdovale.com/>
- 30 (trinta) banner's central de 400 X 400, publicados durante o período da campanha, no valor unitário de R\$175,00 (cento e setenta e cinco reais) por inserção, totalizando em R\$5.250,00 (cinco mil duzentos e cinquenta reais).

RÁDIO NOVA ERA | BORRAZÓPOLIS DIVULGAÇÃO DE SEGUNDA A SÁBADO.

- Rádio FM 97,5.
- 130 (cento e trinta) inserções com spot de 30 (trinta) segundos, no valor unitário de R\$31,25 (trinta e um reais e vinte e cinco centavos) por inserção, distribuídos em 5 (cinco) inserções por dia durante o período da campanha, totalizando em R\$4.062,50 (quatro mil e sessenta e dois reais e cinquenta centavos).

RÁDIO CIDADE FM | JANDAIA DIVULGAÇÃO DE SEGUNDA A SÁBADO

- Rádio FM 103,3.
- 130 (cento e trinta) inserções com spot de 30 (trinta) segundos, no valor unitário de R\$18,00 (dezoito reais) por inserção, distribuídos em 5 (cinco) inserções por dia durante o período da campanha, totalizando em R\$2.340,00 (dois mil trezentos e quarenta reais).

RÁDIO NOVA AM | APUCARANA DIVULGAÇÃO DE SEGUNDA A SÁBADO

- Rádio AM 910.
- 45 (quarenta e cinco) inserções com spot de 30 (trinta) segundos, no valor unitário de R\$139,10 (cento e trinta e nove reais e dez centavos) por inserção, distribuídos em 3 (três) inserções por dia durante os últimos 15 dias da campanha, totalizando em R\$6.259,00 (seis mil duzentos e cinquenta e nove reais).

PLANO DE DISTRIBUIÇÃO

JORNAL TRIBUNA DO NORTE | APUCARANA DIVULGAÇÃO NO ÚLTIMO DOMINGO DO MÊS DA CAMPANHA.

- Jornal com circulação na Região do Vale do Ivaí.
- 01 (uma) inserção no período da campanha, no valor de R\$15.522,00 (quinze mil quinhentos e vinte e dois reais).

TN ONLINE | APUCARANA DIVULGAÇÃO DIÁRIA NOS ÚLTIMOS 15 DIAS DA CAMPANHA.

- Internet: Site e Redes Sociais | <https://tnonline.uol.com.br/>
- 15 (quinze) banner's central de 400 X 400, publicados de segunda a domingo, no valor unitário de R\$220,00 (duzentos e vinte reais) por inserção, totalizando em R\$3.300,00 (três mil e trezentos reais).

BLOG DO BERIMBAU | BORRAZÓPOLIS DIVULGAÇÃO DIÁRIA DE SEGUNDA A DOMINGO.

- Internet: Site e Redes Sociais | <https://blogdoberimbau.com/>
- 30 (trinta) banner's central de 400 X 400, publicados durante o período da campanha, no valor unitário de R\$144,00 (cento e quarenta e quatro reais) por inserção, totalizando em R\$4.320,00 (quatro mil trezentos e vinte reais)

BLOG REPORTER DO VALE DO IVAÍ | BORRAZÓPOLIS DIVULGAÇÃO DIÁRIA DE SEGUNDA A DOMINGO.

- Internet: Site e Redes Sociais | <https://jornalreporterdovale.com/>
- 30 (trinta) banner's central de 400 X 400, publicados durante o período da campanha, no valor unitário de R\$175,00 (cento e setenta e cinco reais) por inserção, totalizando em R\$5.250,00 (cinco mil duzentos e cinquenta reais).

RÁDIO NOVA ERA | BORRAZÓPOLIS DIVULGAÇÃO DE SEGUNDA A SÁBADO.

- Rádio FM 97,5.
- 130 (cento e trinta) inserções com spot de 30 (trinta) segundos, no valor unitário de R\$31,25 (trinta e um reais e vinte e cinco centavos) por inserção, distribuídos em 5 (cinco) inserções por dia durante o período da campanha, totalizando em R\$4.062,50 (quatro mil e sessenta e dois reais e cinquenta centavos).

RÁDIO CIDADE FM | JANDAIA DIVULGAÇÃO DE SEGUNDA A SÁBADO

- Rádio FM 103,3.
- 130 (cento e trinta) inserções com spot de 30 (trinta) segundos, no valor unitário de R\$18,00 (dezoito reais) por inserção, distribuídos em 5 (cinco) inserções por dia durante o período da campanha, totalizando em R\$2.340,00 (dois mil trezentos e quarenta reais).

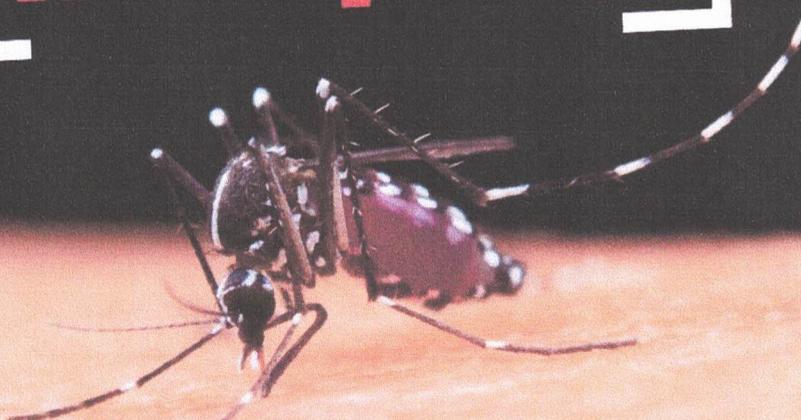
RÁDIO NOVA AM | APUCARANA DIVULGAÇÃO DE SEGUNDA A SÁBADO

- Rádio AM 910.
- 45 (quarenta e cinco) inserções com spot de 30 (trinta) segundos, no valor unitário de R\$139,10 (cento e trinta e nove reais e dez centavos) por inserção, distribuídos em 3 (três) inserções por dia durante os últimos 15 dias da campanha, totalizando em R\$6.259,00 (seis mil duzentos e cinquenta e nove reais).

a) 01 (um) layout para anúncio institucional de ¼ página para jornal;

Dengue

Prefeitura e você
na luta contra o
mosquito



A Dengue pode matar.
Faça sua parte!

 <p>Evite água parada em pneus, latas e garrafas vazias</p>	 <p>Tampe os ralos</p>
 <p>Realize a limpeza regular da caixa d'água e sempre a mantenha fechada</p>	 <p>Cubra piscinas que não estiverem em uso</p>
 <p>Coloque o lixo em sacos plásticos e mantenha a lixeira fechada</p>	 <p>Elimine copos plásticos, tampas de refrigerante e sacos abertos que possam acumular água</p>

 **PREFEITURA MUNICIPAL DE**
Rio Bom **43 3468-1123**
www.riobom.pr.gov.br



b) 01 (um) roteiro para anúncio institucional de rádio;



PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO BOM

SPOT 30"

CAMPANHA DENGUE

EFEITO	ÁUDIO
<p>Som para a entrada do informativo (fade in):</p> <p>Locutor: (voz firme e chamativa)</p>	<p>Atenção, Rio Bom!</p> <p>Você sabia que o mosquito da dengue pode estar mais perto do que você imagina? Isso mesmo! 80% dos criadouros do <i>Aedes Aegypti</i> estão dentro das casas e quintais.</p> <p>Uma simples tampinha, um pratinho de planta, um pneu velho ou uma garrafa jogada podem se tornar criadouros do mosquito.</p> <p>Viu focos do mosquito? Elimine agora! A dengue pode matar, e a prevenção está em suas mãos!</p> <ul style="list-style-type: none">- Mantenha quintais e terrenos limpos.- Tampe caixa d'água, limpe calhas e elimine recipientes que acumulam água.- Não jogue lixo em locais inadequados! <p>Cada um fazendo sua parte, protegemos toda a cidade.</p>
<p>Som para a entrada do informativo (fade out):</p>	<p>Prefeitura de Rio Bom – Construindo Cidadania.</p>

c) 01 (um) layout para anúncio institucional para banner de internet (400x400);

Dengue

Prefeitura e você
na luta contra o
mosquito



PREFEITURA MUNICIPAL DE

Rio Bom

43 3468-1123

www.riobom.pr.gov.br

Ela pode matar.

Faça sua parte!



Evite água parada em pneus, latas e garrafas vazias



Realize a limpeza regular da caixa d'água e sempre a mantenha fechada



Coloque o lixo em sacos plásticos e mantenha a lixeira fechada



Tampe os ralos



Cubra piscinas que não estiverem em uso



Elimine copos plásticos, tampas de refrigerante e sacos abertos que possam acumular água