

B R A S I L



SENADO FEDERAL
Coordenação de Processamento Externo de Licitações
CONCORRÊNCIA Nº 001/2026

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE

COMUNICAÇÃO

DEBRITO.
BRASIL

DEBRITO BRASIL COMUNICAÇÃO LTDA.

SCN Quadra 01 - Bloco C - Conjuntos 2004/2007
Asa Norte - CEP 70711-030 – Brasília-DF
Tel.: (61) 3043-1600 – CNPJ. 00.000.424/0003-18

DEBRITO.**CLIENTE: MINISTÉRIO DA SAÚDE****PRODUTO: CAMPANHA NACIONAL DE MULTIVACINAÇÃO 2023****Problema**

Diante das baixas coberturas vacinais e do risco de epidemias de poliomielite e sarampo, o Ministério da Saúde solicitou uma campanha de multivacinação com âmbito nacional para atualização da caderneta de vacinação de crianças e adolescentes menores de 15 anos.

Solução

A estratégia adotada pela DeBrito Brasil foi a criação de uma campanha de vacinação abrangente, com informações fidedignas e ações de comunicação impactantes. Um filme protagonizado por Xuxa e Zé Gotinha foi veiculado em TV aberta e fechada, internet e cinema, incorporando saúde, nostalgia e bom humor. A estratégia envolveu comunicação clara, regionalização e foco em personagens-chave.

A Xuxa entra a bordo dessa aventura e utiliza a sua icônica nave para garantir que a mensagem de proteção chegue a todas as crianças do país. Pela primeira vez somos apresentados ao interior da espaçonave, com um visual totalmente atualizado para mesclar a modernidade com os elementos nostálgicos que marcaram a infância dos brasileiros. A viagem pelo país é marcada por muita informação, diversidade, ação, heroísmo, comédia e música, com a canção original, "*Quem ama, vacina*", ditando o ritmo dessa aventura. Interpretada pela Xuxa, a música foi composta especialmente para o filme, e a sua letra reforça a importância da vacinação. A fotografia em diferentes locações, os efeitos especiais e a animação em 3D deram ao filme um ar cinematográfico jamais visto em uma campanha do segmento.

Durante todo o período de veiculação, foram também criadas peças interativas exclusivas para impactar o público e reforçar a mensagem da campanha. Em Salvador, personalizamos um elevador residencial com a nave da Xuxa. O objetivo era levar ao público a experiência de viajar com a Xuxa e o Zé Gotinha pelo país. Já em São Paulo, envelopamos uma ilha urbana na Avenida Paulista com a nave da Xuxa e uma estátua do Zé Gotinha em tamanho real. Com mais de 95 milhões de pessoas impactadas, a peça gerou mídia espontânea entre os usuários de redes sociais compartilhando fotos ao lado do Zé Gotinha. Outro destaque de mídia foi a divulgação da campanha no cinema no dia do lançamento do novo filme da Xuxa. O filme de 60" foi veiculado antes de iniciar a sessão e, além disso, colocamos um *display* interativo na entrada do cinema que possibilitava ao público tirar fotos com os personagens da campanha.

Resultados

Uma pesquisa contratada pela DeBrito e realizada pela DataFolha em novembro de 2023 mostrou que a mensagem da campanha obteve 98% de relevância e 87% de aprovação entre o público-alvo. Seu alcance massivo na TV aberta atingiu diferentes faixas etárias e

estratos sociais. Já no *online*, a campanha gerou um engajamento significativo nas redes sociais, com *hashtags* específicas e compartilhamento de depoimentos positivos por meio de influenciadores e figuras importantes da nossa sociedade, como políticos, jornalistas e outras figuras públicas, chegando a entrar no *trending topics* da plataforma X (Twitter) na data de seu lançamento.

O sucesso da campanha e a eficácia da estratégia de comunicação criada pela agência foram comprovados com o aumento expressivo nas taxas de vacinação do seu público-alvo. Além disso, a campanha levou a sociedade brasileira a discutir a importância da imunização, não apenas das crianças, mas de todas as faixas etárias. Dados preliminares revelaram um aumento nas coberturas vacinais de oito vacinas do calendário infantil em comparação com todo o ano de 2022. O Brasil experimentou uma reversão na tendência de queda nos índices vacinais que persistia desde 2016, representando um marco positivo para a saúde pública. Todos os estados apresentaram aumento de cobertura para a vacina DTP. Vinte e seis estados aumentaram a cobertura de poliomielite e 1ª dose de tríplice viral. Vinte e quatro estados aumentaram a cobertura de hepatite A meningocócica e 1ª dose de tríplice viral. Vinte e três estados aumentaram a cobertura da vacina pneumocócica.

Brasília, 07 de janeiro de 2026.



Vanessa Monteiro – Diretora de Contas
vanessa@debritobrasil.com.br

MULTIVACINAÇÃO – COMERCIAL DE TELEVISÃO 60” – PEÇA 1

Indicação sucinta do problema: Diante das baixas coberturas vacinais, foi criada uma campanha de multivacinação de âmbito nacional para atualização da caderneta de vacinação de crianças e adolescentes.

Com grande penetração em todas as camadas da sociedade, o filme permitiu explorar o real potencial da mensagem de forma criativa. A importância do tema, aliada ao poder audiovisual, gerou um *recall* altíssimo entre o público-alvo, proporcionando um *feedback* extremamente positivo para a peça. O filme foi veiculado na TV e na internet.

FICHA TÉCNICA

Agência:	DEBRITO BRASIL
Cliente:	Ministério da Saúde
Título/Campanha:	Campanha Nacional de Multivacinação 2023
Atendimento/Criação:	Vanessa Monteiro e Pablo Seabra
Mídia/Produção:	Soraia Duarte e Rômulo Oliveira
Aprovação:	Maria Elisa Andries, Yole Mendonça, Cláudio Evaristo, Juliana Vieira, Nathália Gardini e Rafael Atuchi
Data de Produção:	Julho/2023
Período de Veiculação:	Agosto a Novembro/2023
Veículos:	Globo, Record TV, Band, RedeTV, SBT, Alpha Channel, Balcas TV, Brasil Oeste, Cabo Frio TV, Canal Folha, CNT Salvador, CNT São Paulo, CNT Tropical, Globo News, ISTV, Mega TV, Nova TV, Rede Ngt, Sistema WCS de Comunicação, SporTV, Televisão Cidade Verde, Terê TV, TV A, TV A Crítica - Sinop, TV Altiora, TV Amazon Sat, TV Athenas, TV Baiana, TV Boas Novas Belém, TV Brasil, TV Café com Leite, TV C Mara SP, TV Capital, TV Cerrado, TV Claret, TV Cultura, TV Cultura Paulista, TV Diário, TV Educativa MS, TV Grão Pará, TV Guará, TV Imaculada Conceição, TV Itararé, TV Mais, TV Mais ABC, TV Mais Ribeirão, TV Mercosul, TV Metrópole, TV Nazaré, TV Nova Nordeste, TV O Povo, TV Padre Cícero, TV Peixoto, TV Preve, TV Rede Estação, TV Rit, TV Sentinela, TV Sul Bahia, TVT, TV Todo Dia, TV União Regional Fortaleza, Universal e Viva.

*Peça apresentada em *pen drive*.

MULTIVACINAÇÃO – FILME CINEMA 15” – PEÇA 2

Indicação sucinta do problema: Diante das baixas coberturas vacinais, foi criada uma campanha de multivacinação de âmbito nacional para atualização da caderneta de vacinação de crianças e adolescentes.

Peça criada para ser veiculada exclusivamente nos cinemas do Brasil. O filme utilizou uma metalinguagem, em que vemos o personagem Zé Gotinha assistindo ao filme principal da campanha em uma tela de cinema. Com uso de 3D e uma linguagem voltada para o meio, conseguimos atingir diretamente os pais, responsáveis e crianças e adolescentes de 0 a 15 anos que frequentaram as salas de cinema no período de veiculação da campanha.

FICHA TÉCNICA

Agência:	DEBRITO BRASIL
Cliente:	Ministério da Saúde
Título/Campanha:	Campanha Nacional de Multivacinação 2023
Atendimento/Criação:	Vanessa Monteiro e Pablo Seabra
Mídia/Produção:	Soraia Duarte e Rômulo Oliveira
Aprovação:	Maria Elisa Andries, Yole Mendonça, Cláudio Evaristo, Juliana Vieira, Nathália Gardini e Rafael Atuchi
Data de Produção:	Julho/2023
Período de Veiculação:	Agosto a Novembro/2023
Veículo:	Rede Cinemark

*Peça apresentada em *pen drive*.

MULTIVACINAÇÃO – PARADA DE ÔNIBUS COM ZÉ GOTINHA 3D – PEÇA 3

Indicação sucinta do problema: Diante das baixas coberturas vacinais, foi criada uma campanha de multivacinação de âmbito nacional para atualização da caderneta de vacinação de crianças e adolescentes.

Envelopamos uma ilha urbana em São Paulo com a nave da Xuxa e uma estátua do Zé Gotinha em tamanho real. A peça impactou milhões de pessoas, além de gerar mídia espontânea entre os usuários de redes sociais com o compartilhamento de fotos ao lado do Zé Gotinha.

FICHA TÉCNICA

Agência:	DEBRITO BRASIL
Cliente:	Ministério da Saúde
Título/Campanha:	Campanha Nacional de Multivacinação 2023
Atendimento/Criação:	Vanessa Monteiro e Pablo Seabra
Mídia/Produção:	Soraia Duarte e Rômulo Oliveira
Aprovação:	Maria Elisa Andries, Yole Mendonça, Cláudio Evaristo, Juliana Vieira, Nathália Gardini e Rafael Atuchi
Data de Produção:	Julho/2023
Período de Veiculação:	Agosto a Novembro/2023
Veículo:	Eletromidia

ATESTADO CASE "MULTIVACINAÇÃO"

Atestamos para os devidos fins que a **DEBRITO BRASIL COMUNICAÇÃO LTDA** foi a agência responsável pelo planejamento, criação, desenvolvimento, produção e veiculação da campanha intitulada "**MULTIVACINAÇÃO**" com veiculação de agosto a novembro/2023.

Atestamos ainda, conforme relatado no case a competência da estratégia desenvolvida e que os serviços foram executados de maneira eficaz, primando pela qualidade e pelo cumprimento dos prazos estabelecidos, não havendo objeção quanto à qualidade dos trabalhos.

Contrato nº 004/2023

Brasília, 07 de janeiro de 2026

Documento assinado digitalmente
gov.br ADRIANO DUTRA GUIMARAES
Data: 12/01/2026 09:23:57-0300
Verifique em <https://validar.itu.gov.br>

Adriano Dutra
Coordenador de Publicidade
Adriano.guimaraes@saude.gov.br
Tel: 3315-2738

MINISTÉRIO DA SAÚDE
CNPJ: 00.394.544/0036-05

Serviço de validação de assinaturas eletrônicas

Informações gerais do arquivo:



Nome do arquivo: Atestado_Case_Multivacinacao_assinado (1) (1) (2).pdf

Hash: 2f57cf44e297c87be09c34b043179e97c03e70b2b0bc327d0adcdd26b23431c

Data da validação: 02/02/2026 16:25:40 BRT



Informações da Assinatura:

Assinado por: ADRIANO DUTRA GUIMARAES

CPF: ***.418.321-**

Nº de série de certificado emitente: oxd2172748efd2adef

Data da assinatura: 12/01/2026 09:23:57 BRT



Assinatura aprovada.

[Ver Relatório de Conformidade](#)

ACESSO RÁPIDO

[Validar](#)[Sobre](#)[Dúvidas](#)[Informações](#)[Fale Conosco](#)

Texto destinado a exibição de informações relacionadas à licença de uso

6 R

**ITI**Instituto Nacional de
Tecnologia da Informação

Relatório de conformidade

Nome: Validador de assinaturas eletrônicas

Data de Validação: 02/02/2026 10:18:27 BRT

Versão do software(Verificador de Conformidade): 2.21.1.2

Versão do software(Validador de Documentos): 3.0.5.2

Fonte de verificação: Offline

Nome do arquivo: Atestado_Case_Multivacinacao_assinado (1) (1).pdf

Resumo da SHA256 do arquivo:

2f57cf44e297c87be09c34b043179e97c03e70b2b0bc327d0adcddd26b23431c

Tipo do arquivo: PDF

Quantidade de assinaturas: 1

Quantidade de assinaturas ancoradas: 1

CN=ADRIANO DUTRA GUIMARAES

Informações da assinatura

Assinante: CN=ADRIANO DUTRA GUIMARAES

CPF: ***.418.321-**

Tipo de assinatura: Destacada

Status de assinatura: Aprovado

7 R

Caminho de certificação: Valid

Estrutura: Em conformidade com o padrão

Cifra assimétrica: Aprovada

Resumo criptográfico: true

Data da assinatura: 12/01/2026 09:23:57 BRT

Atributos obrigatórios: Aprovados

Mensagem de erro: Nenhuma mensagem de alerta

Política de assinatura:

Certificados utilizados

CN=ADRIANO DUTRA GUIMARAES

Buscado: Offline

Assinatura: true

Emissor: CN=AC Final do Governo Federal do Brasil v1, OU=AC Intermediaria do Governo Federal do Brasil v1, O=Gov-Br, C=BR

Data de emissão: 26/02/2025 14:09:35 BRT

Aprovado até: 26/02/2026 14:09:35 BRT

Expirado (LCR): false

8 12

CN=AC Final do Governo Federal do Brasil v1, OU=AC Intermediaria do Governo Federal do Brasil v1, O=Gov-Br, C=BR

Buscado: Offline

Assinatura: true

Emissor: CN=AC Intermediaria do Governo Federal do Brasil v1, OU=Autoridade Certificadora Raiz do Governo Federal do Brasil v1, O=Gov-Br, C=BR

Data de emissão: 17/06/2020 17:50:27 BRT

Aprovado até: 09/06/2033 09:00:47 BRT

Expirado (LCR): false

Atributos usados

Atributos obrigatórios

Nome do atributo: IdMessageDigest

Corretude: Valid

Nome do atributo: IdContentType

Corretude: Valid

Nome do atributo: SignatureDictionary

Corretude: Valid

Atributos Opcionais

Nome do atributo: IdSigningTime

Corretude: Valid

CLIENTE: SEST SENAT – SISTEMA DE TRANSPORTE**PRODUTO: CAMPANHA INSTITUCIONAL NACIONAL TRAVESSIA 2024****Problema**

Com três décadas de atuação, o SEST SENAT tem alcançado grandes resultados e realizado entregas estratégicas que contribuem de maneira significativa para o desenvolvimento do setor de transporte brasileiro. No entanto, a instituição ainda é desconhecida pelo público em geral. Neste cenário, o grande desafio era explicar o que é o SEST SENAT e o que ele faz.

Solução

Com o intuito de fortalecer o reconhecimento da marca e divulgar o trabalho desenvolvido pelo SEST SENAT ao longo de mais de 30 anos, a campanha destaca a atuação das instituições na orientação e na capacitação dos profissionais do transporte, além de alcançar aqueles que desejam ingressar no setor. Além disso, reforça a divulgação dos serviços de saúde, educação, lazer e cultura oferecidos à sociedade, ampliando o impacto e a acessibilidade destas iniciativas.

Para levar à população de norte a sul do Brasil informações sobre os serviços prestados pelo SEST SENAT e os benefícios que ambas as instituições oferecem aos trabalhadores do setor e à sociedade, foi desenvolvido um conceito que reforça o sentimento de pertencimento entre estes profissionais. Com mais de 160 unidades operacionais espalhadas pelo país, a campanha transmite esta conexão de forma envolvente. Neste contexto, a criação publicitária, inspirada na força da letra "T" — de transporte e de SEST SENAT — construiu uma narrativa sólida ao destacar outras palavras que também começam com esta letra, ressaltando a sinergia entre o transporte e a vida de milhões de brasileiros.

No filme, imagens associadas às palavras "transformação", "tecnologia", "tranquilidade", "talentos" e "trilhos" dialogam com os trabalhadores, os cursos técnicos, o ensino à distância e com os serviços de saúde e de qualidade de vida oferecidos pelo SEST SENAT. As cenas também valorizam a trajetória do setor que move o Brasil pela terra, pela água e pelo ar, numa referência aos modais de transporte que movimentam a economia, especialmente por meio das atividades de infraestrutura e logística.

A palavra "transporte" e o gesto dos personagens fazendo um T com as mãos estão presentes nas peças e dão uma enorme unidade à campanha, além de sentido a cada uma das mensagens. De maneira leve e até mesmo pedagógica, a campanha ressignifica a letra T das palavras SEST e SENAT ao retratar a presença destas instituições em todo o país com a assinatura: "A serviço do transporte e dos brasileiros".

Para falar com a população do país inteiro, a estratégia de mídia contempla os mais diversos meios on-line e off-line. Entre eles estão rádio, TV, internet e mídia exterior, que permitiu uma ampla cobertura, além de proporcionar o máximo de desempenho e alcance.

DEBRITO.**Resultados:**

A programação de TV aberta foi selecionada de acordo com os programas de maior audiência ao target, tendo como destaque a ação de merchandising dentro da novela Volta por Cima. A ação ampliou significativamente a visibilidade da marca e gerou discussões positivas entre os colaboradores nas redes sociais e na imprensa.

No período, com a exibição dos comerciais em escala nacional na programação das emissoras Globo, Record, SBT e Band, obtivemos mais de 32 milhões de impactos. Somado a isso, a exibição do merchandising durante a novela Volta por Cima alcançou mais de 17 milhões de pessoas e na plataforma do Globoplay foram mais 367 mil pessoas impactadas.

A campanha de internet obteve resultados acima dos planejados nas plataformas digitais, com 4,7 bilhões de impactos e mais de 6,3 milhões de cliques.

Durante 3 meses, a mídia foi exibida em outdoors, frontlights, estações de metrô e MUBs, reforçando a presença da marca.

Brasília, 13 de janeiro de 2026.

Lorena Lúcia D. de Carvalho Nobre

Lorena Carvalho Nobre - Diretora de Contas
lorena@debritobrasil.com.br

CAMPANHA INSTITUCIONAL TRAVESSIA 2024
FILME TV 60” – PEÇA 1

Indicação sucinta do problema: com três décadas de atuação, o SEST SENAT tem alcançado grandes resultados e realizado entregas estratégicas que contribuem de maneira significativa para o desenvolvimento do setor de transporte brasileiro. No entanto, a instituição ainda segue sem reconhecimento e também desconhecida pelo público em geral. Neste cenário, o grande desafio era explicar o que é o SEST SENAT e o que ele faz.

O filme conecta imagens das palavras “transformação”, “tecnologia”, “tranquilidade”, “talentos” e “trilhos” aos trabalhadores, aos cursos técnicos, ao ensino à distância e aos serviços de saúde e qualidade de vida do SEST SENAT. As cenas também valorizam a trajetória do setor que impulsiona a economia por terra, água e ar, destacando a importância da infraestrutura e da logística. O conceito central da campanha reforça a unidade por meio da palavra “transporte” e do gesto dos personagens formando um “T” com as mãos. De maneira leve e pedagógica, a campanha ressignifica a letra “T” em SEST e SENAT, evidenciando a presença destas instituições em todo o país com a assinatura: “A serviço do transporte e dos brasileiros”.

FICHA TÉCNICA	
Agência:	DEBRITO BRASIL
Cliente:	SEST SENAT
Título/Campanha:	Institucional – Travessia 2024
Atendimento/Criação:	Lorena Carvalho, Nilton Barbosa, Rafael Lima e Pablo Seabra
Mídia/Produção:	Bruna Kraemer, Soraia Duarte e Rodrigo Cavalcante
Aprovação:	Livia Cerezoli, Jorge Augusto Dieb e Gueldon Brito
Data de Produção:	Setembro de 2024
Período de Veiculação:	23 de Setembro a 02 de Outubro de 2024
Veículos:	Globo, Record, SBT, Band e CNN

*Peça apresentada em *pen drive*.

DEBRITO.**CAMPANHA INSTITUCIONAL TRAVESSIA 2024 – MERCHAN NOVELA VOLTA POR CIMA 2' – PEÇA 2**

Indicação sucinta do problema: O grande desafio era explicar o que é o SEST SENAT e o que ele faz.

Na novela *Volta por Cima*, o merchandising do SEST SENAT destacou seus serviços gratuitos de saúde e bem-estar para trabalhadores do transporte. A ação mostrou a motorista Cida que, enfrentando uma crise de pânico, recebe apoio dos amigos e conhece os atendimentos oferecidos pela instituição. A cena reforçou a importância do cuidado com a saúde mental e evidenciou o impacto do SEST SENAT na vida dos profissionais e seus dependentes, ampliando a visibilidade da marca e gerando engajamento positivo na mídia e nas redes sociais.

FICHA TÉCNICA

Agência:	DEBRITO BRASIL
Cliente:	SEST SENAT
Título/Campanha:	Institucional – Travessia 2024
Atendimento/Criação:	Lorena Carvalho, Nilton Barbosa, Rafael Lima e Pablo Seabra
Mídia/Produção:	Bruna Kraemer, Soraia Duarte e Rodrigo Cavalcante
Aprovação:	Livia Cerezoli, Jorge Augusto Dieb e Gueldon Brito
Data de Produção:	Novembro de 2024
Período de Veiculação:	05 de Dezembro de 2024
Veículos:	Globo e Globoplay

*Peça apresentada em *pen drive*.

**CAMPANHA INSTITUCIONAL TRAVESSIA 2024
MÍDIA WEB – PEÇA 3**

Indicação sucinta do problema: O grande desafio era explicar o que é o SEST SENAT e o que ele faz.

Para entrega de internet foram selecionadas categorias que abrangem praticamente todas as formas de interação on-line com os principais formatos: áudio, vídeo e display. Através dos variados motivos, as peças destacavam o T de transporte, demonstrando a aplicação dos serviços oferecidos pelo SEST SENAT nas áreas de educação, saúde, lazer e esportes para o setor e para todos os brasileiros. As peças direcionavam o público para o site da instituição com o objetivo de gerar cliques, conversões e ampliar o conhecimento da marca.

FICHA TÉCNICA

Agência:	DEBRITO BRASIL
Cliente:	SEST SENAT
Título/Campanha:	Institucional – Travessia 2024
Atendimento/Criação:	Lorena Carvalho, Nilton Barbosa, Rafael Lima e Pablo Seabra
Mídia/Produção:	Bruna Kraemer, Soraia Duarte e Rodrigo Cavalcante
Aprovação:	Livia Cerezoli, Jorge Augusto Dieb e Gueldon Brito
Data de Produção:	Setembro de 2024
Período de Veiculação:	23 de Setembro a 23 de Dezembro de 2024
Veículos:	TikTok, Kwai, LinkedIn, Meta (Instagram e Facebook) e YouTube. Globo.com, Editora Globo, UOL e Metrôpoles

ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA**ATESTADO CASE "CAMPAÑA INSTITUCIONAL TRAVESSIA 2024"**

Atestamos para os devidos fins que a **DEBRITO BRASIL COMUNICAÇÃO LTDA**, foi a agência responsável pelo planejamento, criação, desenvolvimento, produção e veiculação da **CAMPAÑA INSTITUCIONAL – TRAVESSIA 2024**, com veiculação de setembro a dezembro/2024.

Atestamos ainda, conforme relatado no case, a competência da estratégia desenvolvida e que os serviços foram executados de maneira eficaz, primando pela qualidade e pelo cumprimento dos prazos estabelecidos, não havendo objeção quanto à qualidade dos trabalhos.

Processo de Compra nº 00479/2022

Brasília/DF, 13 de janeiro de 2026.

RODRIGO FRAGA

Gerente Executivo de Comunicação

rodrigofraga@sestsenat.org.br

(61) 3315-7075

SEST - SERVIÇO SOCIAL DO TRANSPORTE - CNPJ: 73.471.989/0001-95**SENAT - SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM DO TRANSPORTE - CNPJ:**
73.471.963/0001-47

Documento assinado eletronicamente por **RODRIGO FRAGA DE LEMOS BARROS**, Gerente Executivo de Comunicação, em 15/01/2026, às 14:32, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <https://www.sestsenat.org.br/sei-verifica-autenticidade> informando o código verificador **0470584** e o código CRC **E40BDBCC**.

15 f

DEBRITO.

CLIENTE: SISTEMA CNA/SENAR

PRODUTO: CAMPANHA NACIONAL ALIMENTANDO O BRASILEIRO 2024

Problema

Apesar do importante papel que o Sistema CNA/Senar exerce no setor agropecuário, a marca ainda é pouco conhecida. Em pesquisas de imagem realizada pela instituição os resultados apontam para uma necessidade de ampliação da comunicação para que a população em geral e os pequenos e médios produtores rurais entendam o que é o Sistema CNA/Senar e como ele atua junto ao setor.

A sociedade em geral desconhece a abrangência nacional da marca e como ela ajuda na capacitação de milhares de produtores rurais e na melhoria da produção agropecuária, unindo o campo e a cidade.

Solução

Para ampliar esse conhecimento da marca e divulgar o trabalho desenvolvido pelo Sistema CNA/Senar há mais de 30 anos, a campanha criada pela DeBrito Brasil destaca a atuação da instituição na orientação e capacitação dos produtores rurais, assim como os resultados desse trabalho na qualidade dos alimentos que chegam à mesa dos brasileiros todos os dias.

Para mostrar a aproximação do agro com os centros urbanos, o cliente selecionou produtores rurais reais de 4 regiões brasileiras que recebem a assistência técnica e gerencial do Sistema CNA/Senar, e que com a capacitação e a orientação passaram a produzir mais e a fornecer alimentos de qualidade. Em paralelo, a DeBrito Brasil selecionou quatro consumidores reais moradores das capitais de cada estado dos produtores rurais e conheceu seus cotidianos e como eles utilizam esses alimentos no seu dia a dia. A inspiração para o conceito da campanha trata, exatamente, dessa ligação entre quem planta e quem consome. A ideia da aproximação, e ao mesmo tempo de juntar essas duas pontas dessa cadeia, dão a dimensão da importância do Sistema CNA/ Senar e do agro para o campo e a cidade.

Ao todo foram produzidos quatro filmes, que contam histórias reais de produtores rurais, consumidores e comerciantes ligados à cadeia produtiva de alimentos. De maneira informativa e criativa, os filmes falam de superação, de sonhos realizados, de vidas transformadas, sem deixar passar em cada história, as experiências de momentos difíceis e de muita resiliência, além do sentimento de gratidão presente em todos os relatos dos personagens reais. Os filmes tiveram versões de 3 minutos que foram divulgadas através de uma landing page e no canal do YouTube do Sistema CNA/Senar e também versões de 1 minuto divulgadas nas principais emissoras de TV aberta e fechada do país. Além dos filmes, também foi desenvolvido um clipe com o jingle da campanha e um compilado de cenas dos personagens da campanha. A letra dessa peça, além de valorizar a capacitação dos produtores rurais pelo Sistema CNA/ Senar e destacar que o campo produz para a cidade também ressalta que o agro transforma a vida das famílias, levando esperança e alimentando os brasileiros.

DEBRITO.

A estratégia de mídia adotada teve como objetivo contemplar meios que gerassem ampla cobertura e frequência, alto impacto e alcance, para propagação rápida da mensagem.

Diante disso, a campanha foi veiculada nos principais canais de TV aberta (Globo, Record, Band e SBT), TVs fechadas (Globo News, Canal Rural e CNBC), além da internet, por meio das principais plataformas digitais disponíveis no país e de um site (alimentandoobrasileiro.org.br) que reúne todos os filmes e as histórias dos seus protagonistas.

Resultados

A programação de TV aberta, foi selecionada de acordo com os programas de maior audiência ao target onde foram distribuídos igualmente os 5 filmes de 60" da campanha em 77 inserções. No período, obtivemos 56% de impactos a mais em cima do planejado (84.320.195). A programação de TV fechada teve como protagonista os patrocínios no Canal Rural, CNBC, CNN e Globo Rural totalizando 808 inserções.

O meio internet teve um papel fundamental para a comunicação, com inúmeras possibilidades de segmentação. Damos ênfase aos veículos de maior audiência com objetivo de gerar conhecimento/conscientização trazendo cobertura e qualificação da audiência, por meio de presença em contextos 100% seguros para a marca.

A campanha de internet obteve resultados acima dos planejados nas plataformas digitais com 141.084.955 exibições dos anúncios, 61.910.643 visualizações dos filmes da campanha, 1.221.292 escutas completas do jingle no Spotify, 368.086 cliques recebidos, 361.404 curtidas, comentários, compartilhamentos e views completos.

Para avaliar o resultado da campanha, o Sistema CNA/Senar encomendou uma pesquisa qualitativa de imagem que foi realizada pelo instituto Mercadológica.

Conforme relatório apresentado, as peças da campanha veiculada reforçaram a imagem do agro como essencial para a economia e o sustento das famílias brasileiras, além de destacar o papel da CNA/SENAR em capacitar pequenos produtores, gerando reconhecimento pelo trabalho e na qualidade dos produtos. A instituição foi percebida como um órgão que capacita, apoia e transforma a vida do produtor rural, consolidando seu papel como facilitador do progresso.

Brasília, 13 de janeiro de 2026

Lorena Lúcia D. de Carvalho Nobre

Lorena Carvalho Nobre - Diretora de Contas
lorena@debritobrasil.com.br

DEBRITO.**ALIMENTANDO O BRASILEIRO 2024 – FILME INTERNET 60” – PEÇA 1**

Indicação sucinta do problema: necessidade de ampliação da comunicação para que a população em geral e os pequenos e médios produtores rurais entendam o que é o Sistema CNA/Senar e como ele atua junto ao setor.

O clipe da campanha reforça a conexão entre campo e cidade, reunindo as imagens mais marcantes da campanha. A peça destaca o trabalho de capacitação dos produtores que o Senar desenvolve há mais de 30 anos e evidencia o impacto transformador do agro na vida das famílias. A letra do jingle transmite esperança e reconhecimento ao setor agropecuário. Com emoção e autenticidade, o clipe valoriza quem planta, quem consome e a segurança alimentar que o setor proporciona aos brasileiros.

FICHA TÉCNICA

Agência:	DEBRITO BRASIL
Cliente:	Sistema CNA/ Senar
Título/Campanha:	Alimentando o Brasileiro 2024
Atendimento/Criação:	Lorena Carvalho/ Pablo Seabra
Mídia/Produção:	Bruna Kraemer/ Rodrigo Cavalcante
Aprovação:	Daniel Carrara, Cecília Kobayashi e Bruno Cartaxo
Data de Produção:	agosto/2024
Período de Veiculação:	novembro e dezembro/2024
Veículos:	TikTok, Kwai Brasil, Instagram, Youtube

*Peça apresentada em *pen drive*.

DEBRITO.**ALIMENTANDO O BRASILEIRO 2024 – JINGLE 60” – PEÇA 2**

Indicação sucinta do problema: necessidade de ampliação da comunicação para que a população em geral e os pequenos e médios produtores rurais entendam o que é o Sistema CNA/Senar e como ele atua junto ao setor.

O jingle do Sistema CNA/Senar celebra a força do agro e a capacitação dos produtores rurais, reforçando a conexão do campo abastecendo a cidade e alimentando os brasileiros. A letra retrata a transformação que a agricultura traz para as famílias, impulsionando sonhos e oportunidades. Com uma mensagem inspiradora, destaca o papel desempenhado pelo Senar há mais de 30 anos impulsionando o agro, aproximando o campo da cidade e alimentando brasileiros. O ritmo envolvente e a letra marcante transmitem esperança e valorizam quem trabalha na terra. É um hino de reconhecimento e orgulho para o setor agropecuário.

FICHA TÉCNICA

Agência:	DEBRITO BRASIL
Cliente:	Sistema CNA/ Senar
Título/Campanha:	Alimentando o Brasileiro 2024
Atendimento/Criação:	Lorena Carvalho/ Pablo Seabra
Mídia/Produção:	Bruna Kraemer/ Rodrigo Cavalcante
Aprovação:	Daniel Carrara, Cecília Kobayashi e Bruno Cartaxo
Data de Produção:	agosto/2024
Período de Veiculação:	novembro e dezembro/2024
Veículos:	Spotify Brasil

*Peça apresentada em *pen drive*.

ALIMENTANDO O BRASILEIRO 2024 – BANNER WEB – PEÇA 3

Indicação sucinta do problema: necessidade de ampliação da comunicação para que a população em geral e os pequenos e médios produtores rurais entendam o que é o Sistema CNA/Senar e como ele atua junto ao setor.

Os banners da campanha do Sistema CNA/Senar retratam a conexão entre campo e cidade, destacando a importância da produção agrícola. Com personagens reais dos filmes, transmitem autenticidade e reconhecimento ao agro. O gesto da cesta com alimentos presente nos filmes, é transportado para os banners, simbolizando essa aproximação de forma visual. A composição gráfica reforça a mensagem da importância do agro na vida dos brasileiros.

FICHA TÉCNICA

Agência:	DEBRITO BRASIL
Cliente:	Sistema CNA/ Sena
Título/Campanha:	Alimentando o Brasileiro 2024
Atendimento/Criação:	Lorena Carvalho/ Pablo Seabra
Mídia/Produção:	Bruna Kraemer/ Rodrigo Cavalcante
Aprovação:	Daniel Carrara, Cecília Kobayashi e Bruno Cartaxo
Data de Produção:	agosto/2024
Período de Veiculação:	novembro e dezembro/2024
Veículos:	Globo, Facebook, Instagram, Hands Mobile, Admax



ATESTADO CASE "ALIMENTANDO O BRASILEIRO 2024"

Atestamos para os devidos fins que a **DEBRITO BRASIL COMUNICAÇÃO LTDA**, inscrita no CNPJ nº 00.000.424/0003-18, foi a agência responsável pelo planejamento, criação, desenvolvimento, produção e veiculação da campanha intitulada "**ALIMENTANDO O BRASILEIRO 2024**" com veiculação de novembro/2024 a dezembro/2024.

Atestamos ainda, conforme relatado no case, a competência da estratégia desenvolvida e que os serviços foram executados de maneira eficaz, primando pela qualidade e pelo cumprimento dos prazos estabelecidos, não havendo objeção quanto à qualidade dos trabalhos.

Contrato nº 48/2023

Brasília, 13 de janeiro de 2026

Documento assinado digitalmente
gov.br CECILIA AKEMI KOBAYASHI
Data: 13/01/2026 16:41:51-0300
Verifique em <https://validar.it.gov.br>

Cecília Kobayashi
Chefe da Comunicação Social
cecilia.kobayashi@senar.org.br
(61) 2109-1368

SERVICO NACIONAL DE APRENDIZAGEM RURAL - SENAR

CNPJ: 37.138.245/0001-90

20 l

Atenção: O conteúdo do documento é de inteira responsabilidade do(s) signatário(s).

Informações gerais do arquivo:

Nome do arquivo: Atestado_Case_Senar_assinado (1).pdf

Hash: 462bfa39bf9fb2b6a6eeb6e1229deaab2b0e3de8d8969ef3eaa88104495f7935

Data da validação: 02/02/2026 10:26:14 BRT

Informações da Assinatura:

Assinado por: CECILIA AKEMI KOBAYASHI

CPF: ***388.711-**

Nº de série de certificado emitente: 0x4addf84540779c69

Data da assinatura: 13/01/2026 16:41:51 BRT

Assinatura aprovada.



[Ver Relatório de Conformidade](#)

ACESSO RÁPIDO

[Validar](#)

[Sobre](#)

[Dúvidas](#)

[Informações](#)

[Fale Conosco](#)

Texto destinado a exibição de informações relacionadas à licença de uso.



ITI
Instituto Nacional de
Tecnologia da Informação

Relatório de conformidade

Nome: Validador de assinaturas eletrônicas

Data de Validação: 02/02/2026 16:23:38 BRT

Versão do software(Verificador de Conformidade): 2.21.1.2

Versão do software(Validador de Documentos): 3.0.5.2

Fonte de verificação: Offline

Nome do arquivo: Atestado_Case_Senar_assinado (1) (1).pdf

Resumo da SHA256 do arquivo:

462bfa39bf9fb2b6a6eeb6e1229deaab2b0e3de8d8969ef3eaa88104495f7935

Tipo do arquivo: PDF

Quantidade de assinaturas: 1

Quantidade de assinaturas ancoradas: 1

CN=CECILIA AKEMI KOBAYASHI

Informações da assinatura

Assinante: CN=CECILIA AKEMI KOBAYASHI

CPF: ***.388.711-**

Tipo de assinatura: Destacada

Status de assinatura: Aprovado

22 R

Caminho de certificação: Valid

Estrutura: Em conformidade com o padrão

Cifra assimétrica: Aprovada

Resumo criptográfico: true

Data da assinatura: 13/01/2026 16:41:51 BRT

Atributos obrigatórios: Aprovados

Mensagem de erro: Nenhuma mensagem de alerta

Política de assinatura:

Certificados utilizados

CN=CECILIA AKEMI KOBAYASHI

Buscado: Offline

Assinatura: true

Emissor: CN=AC Final do Governo Federal do Brasil v1, OU=AC Intermediaria do Governo Federal do Brasil v1, O=Gov-Br, C=BR

Data de emissão: 13/01/2026 16:41:51 BRT

Aprovado até: 13/01/2027 16:41:51 BRT

Expirado (LCR): false

23 R

CN=AC Final do Governo Federal do Brasil v1, OU=AC Intermediaria do Governo Federal do Brasil v1, O=Gov-Br, C=BR

Buscado: Offline

Assinatura: true

Emissor: CN=AC Intermediaria do Governo Federal do Brasil v1, OU=Autoridade Certificadora Raiz do Governo Federal do Brasil v1, O=Gov-Br, C=BR

Data de emissão: 17/06/2020 17:50:27 BRT

Aprovado até: 09/06/2033 09:00:47 BRT

Expirado (LCR): false

Atributos usados

Atributos obrigatórios

Nome do atributo: IdMessageDigest

Corretude: Valid

Nome do atributo: IdContentType

Corretude: Valid

Nome do atributo: SignatureDictionary

Corretude: Valid

Atributos Opcionais

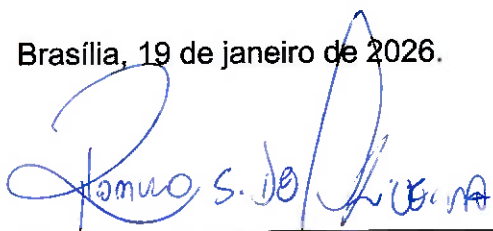
Nome do atributo: IdSigningTime

Corretude: Valid

25 R

Declaramos o encerramento da apresentação do Invólucro 3 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, composto de 26 páginas, incluindo esta.

Brasília, 19 de janeiro de 2026.



DEBRITO BRASIL COMUNICAÇÃO LTDA

Rômulo Silva de Oliveira

Diretor de Operações/Procurador

PROCURAÇÃO



Pelo presente instrumento particular, **DEBRITO BRASIL COMUNICAÇÃO LTDA**, com sede em SCN Quadra 01, Bloco C, nº 85, Conjuntos 2001/2007- Asa Norte – Brasília – DF, CEP 70711-030, inscrita no **CNPJ nº 00.000.424/0003-18**, por seu representante legal ao final assinado, **CÉSAR MARTINS DE BRITO**, brasileiro, publicitário, portador da cédula de identidade RG nº 15.813.233-6 SSP/PR, inscrito no CPF nº 076.360.368-60, nomeia e constitui como seus procuradores: **MARCUCE MERCÊS LUZ**, brasileiro, publicitário, portador da cédula de identidade RG 07589981-71 SSP/BA, inscrito no CPF nº 009.258.815-89, e/ou **RÔMULO SILVA DE OLIVEIRA**, brasileiro, publicitário, portador da cédula de identidade RG nº 2.034.360 SSP/DF, inscrito no CPF nº 727.621.521-00, e/ou **RODRIGO CUNHA CAVALCANTE**, brasileiro, publicitário, portador da cédula de identidade RG nº 2.302.292 SSP/DF, inscrito no CPF: 005.208.091-90, e/ou **DANIELLE OLIVEIRA COUTINHO**, brasileira, publicitária, portadora da cédula de identidade RG 8478025-82 SSP/BA, inscrita no CPF nº 006.708.905-45, e/ou **HELENA D'ALMEIDA COUTO PESSÔA**, brasileira, publicitária, portadora da cédula de identidade RG nº 3501712 SSP/DF, inscrita no CPF nº 056.046.931-46, e/ou **VANESSA MONTEIRO DA SILVA**, brasileira, publicitária, portadora da cédula de identidade RG nº 5869785 SSP/GO, inscrita no CPF nº 058.303.961-81, e/ou **LORENA LUCIA DUARTE DE CARVALHO NOBRE**, brasileira, publicitária, portadora da cédula de identidade RG nº 08.031.457-05 SSP/BA, inscrita no CPF nº 815.571.325-34, com poderes específicos para representá-lo perante o **SENADO FEDERAL**, no transcurso do processo licitatório realizado na modalidade **Concorrência nº 001/2026**, podendo para tanto apresentar e assinar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentos de propostas e habilitação, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar novos preços e condições, firmar termos de compromisso e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

Brasília, 23 de dezembro de 2025

15º Tabelião



CÉSAR MARTINS DE BRITO
SÓCIO-DIRETOR
CPF: 076.360.368-60
DEBRITO BRASIL COMUNICAÇÃO LTDA





CASE - MINISTÉRIO DA SAÚDE - MULTIVACINAÇÃO 2023 - PEÇA 3



SEST SENAT
A serviço do transporte e da
EDUCAÇÃO dos *brasileiros*.

Treinamento profissional
com cursos presenciais,
técnicos e a distância

SEST SENAT
CNT / SEST SENAT / ITL
Sistema Transporte



Sistema CNA/Senar.
Aproximando o campo da cidade
e alimentando o brasileiro.

Clique e conheça
histórias inspiradoras.



