

**Categoria**

Campanha de Comunicação

**Cliente**

Pfizer

**Agência**

CDN

# Prêmio **Jatobá** 2023

**Case:** Quando falamos em desinformação sobre vacinação  
é preciso posicionamento firme: **Fake News Não!**

# Problema/cenário



A pandemia de COVID-19, a principal urgência sanitária do século XXI, reforçou uma onda de desinformação potencializada pelas Mídias Digitais, sobretudo as redes sociais, afetando a confiança nas vacinas e na imunização como um todo.

**67%**

dos pais alega ter recebido alguma notícia falsa sobre o tema durante a pandemia<sup>1</sup>

**35%**

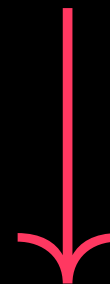
confirmam que a desinformação já causou algum nível de hesitação vacinal<sup>1</sup>.

1. Ipec. O impacto da pandemia e da vacinação contra COVID-19 e outras doenças respiratórias. Abril 2023.

O impacto da desinformação e do crescimento de hesitação e de recusa vacinal refletem-se nos índices de cobertura do Programa Nacional de Imunizações (PNI).

Entre 2020 e 2022, os índices gerais ficaram aquém da meta definida como ideal, de **95%<sup>2</sup>**

**68,05% (2020)<sup>2</sup>**  
**61,52% (2021)<sup>2</sup>**  
**67,73% (2022)<sup>2</sup>**



2 - Brasil, Ministério da Saúde, DATASUS.  
Sistema de Informação  
do Programa Nacional de Imunizações (SI-  
PNI/CGPNI/DEIDT/SVS/MS).

# Solução



Utilizar a força da marca Pfizer, sobretudo, na área de Vacinas, para criação de conteúdos com credibilidade e confiabilidade científica nas Mídias Digitais...

---



**Parceria com squad diversificado de influenciadores/criadores de conteúdo**

**+ Landing page(Fake News Não!) com informações para ajudar a desmistificar algumas das principais fake news sobre saúde (Call to Action)**

## **Canais e público-alvo**

Mídias Digitais proprietárias e do squad de influenciadores: Instagram, Facebook, YouTube, Google Index (landing page Fake News Não!) e plataformas de áudio.

Maiores de 18 anos. Jovens adultos, gestantes e responsáveis por crianças e adolescentes.

---

## **Objetivos da campanha**

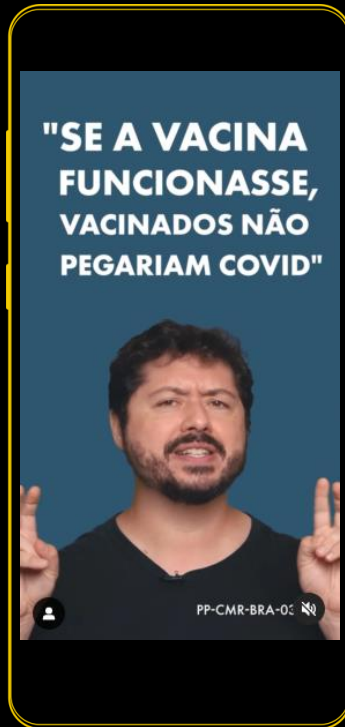
Utilizar o poder desses canais e a influência de criadores de conteúdo para combater a desinformação sobre vacinação, retomando a confiança na ciência e prestando serviço à população em nível nacional;

Destacar a importância da evidência científica em decisões relacionadas à prevenção e à saúde da população.

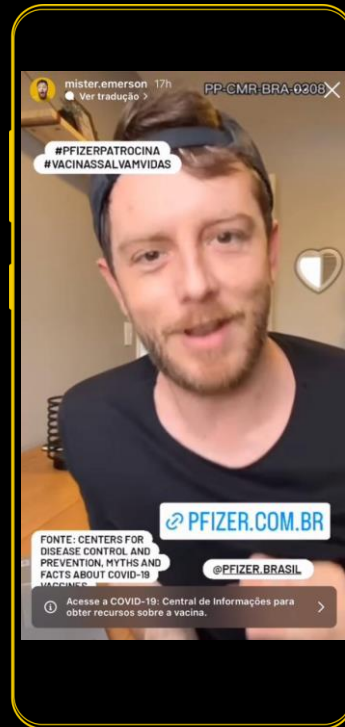
# Squad de embaixadores da campanha nas mídias digitais



Felipe Castanhari  
7.1M seguidores



Átila Iamarino  
1.1M seguidores



Mister Emerson  
1M seguidores

## Squad de embaixadores da campanha nas mídias digitais



Maya Eigenmann  
1.2M seguidores



Daniel Becker  
606k seguidores



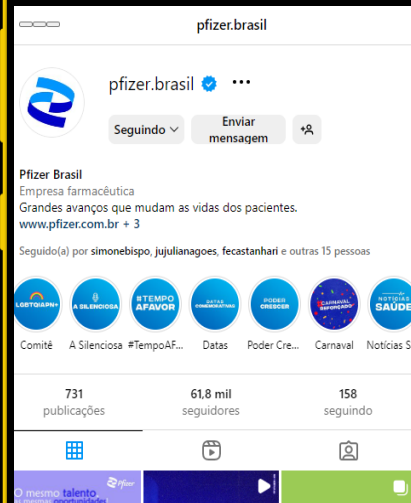
Nunca Vi 1 Cientista  
149k seguidores

# Plataformas de áudio e canais proprietários Pfizer



Agregadora:  
Redes Deviantes

**Média de 49 mil  
ouvintes/mês**

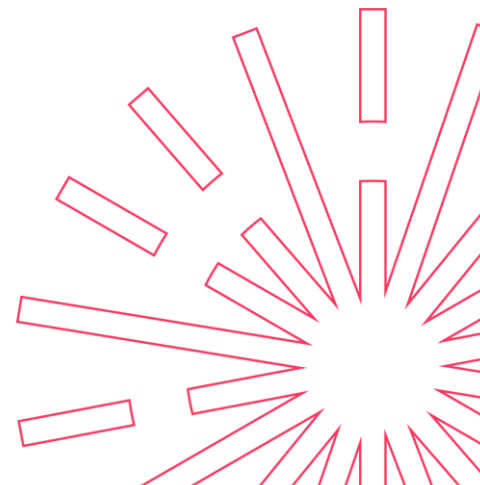


Pfizer Brasil  
61.8KL seguidores



Fake News Não!  
Landing page da campanha

# Resultados



**A campanha foi realizada entre outubro de 2022 e fevereiro de 2023, e contou com**

**12 publicações feed**

(8 collabs) e 4 combos de stories

**Alcance Redes Sociais :**

**+ 15.174.004** perfis

**+ 117.958** Engajamentos reais\*

**+1.957.693** impressões\*\*

\*Engajamentos reais: curtidas, comentários, compartilhamentos e salvamentos (não considera visualização com menos de 3 segundos).

\*\*Impressões: quantidade de vezes que os conteúdos apareceram na tela.

# 5 shorts YouTube e 3 ep. Podcasts

## YouTube



**+400k**

visualizações

**+459k**

alcance

## Podcast



**+147k**

pessoas alcançadas

**(Spotify)** média de  
56 minutos por ouvinte

**Direcionamentos  
para landing page  
Fake News Não!**

(via posts em  
redes sociais):

**101.972  
cliques**

**CDN** **THE PR  
POWER  
HOUSE**