

C A M P A N H A

# pernam BUÇO MEU PAÍS NO CARNAVAL



O carnaval é a maior festa popular do Brasil, mas não é igual em todos os estados. Alguns se destacam mais, seja pela tradição ou pela dimensão, e competem entre si para conquistar e atrair visitantes.

Pernambuco tem um dos maiores e mais autênticos carnavais do país e, em 2025, queria uma campanha publicitária à altura.

### **OBJETIVOS DA CAMPANHA**

- Gerar orgulho e senso de pertencimento nos pernambucanos.
- Mostrar as características e, assim, fortalecer a identidade do carnaval de Pernambuco.
- Despertar o interesse pela festa e atrair foliões de todo o país.



## O PRIMEIRO DESAFIO

**A verba era bastante reduzida para uma campanha de abrangência nacional.**

Então foi tomada a primeira decisão estratégica: o uso de uma personalidade capaz de aumentar o recall da campanha e potencializar o investimento. Mas era preciso alguém que tivesse alcance nacional e, ao mesmo tempo, ligação com Pernambuco ou seu carnaval, alguém que vendesse a festa com propriedade e verdade.





## **A MELHOR ESCOLHA**

Levando tudo isso em consideração, chegamos ao nome de Gil do Vigor. Pernambucano amado nacionalmente, carismático, festeiro e uma potência como influenciador nas redes sociais.

# **GIL DO VIGOR**

GIL DO  
VIGOR  
GIL DO  
VIGOR



## O SEGUNDO DESAFIO

**O carnaval de Pernambuco tem características muito próprias, que o diferenciam dos outros grandes carnavais do país.**

Precisávamos vender uma festa carregada de cultura, com raízes fortes por todo o estado, que trazem uma riqueza de ritmos e manifestações. Uma festa, principalmente, democrática e acessível a todos. Na terra do frevo toca de tudo e todos podem brincar, basta ir para as ruas com disposição e alegria. Pernambucanos e visitantes se misturam na mesma vibração. O resultado é uma energia única e contagiante, uma experiência apaixonante, que encanta e conquista todos que a vivenciam.

Era preciso criar uma campanha em **linguagem contemporânea e com o espírito do carnaval de Pernambuco: divertido, instigante e emocionante**, capaz de engajar os públicos local e nacional.



## O CONCEITO

### CHEGOU, BRINCOU!

Direto, instigante, traduz facilmente como o carnaval de Pernambuco é democrático, um dos grandes diferenciais da festa, e fez bonito no refrão do jingle da campanha.



## LETRA JINGLE

*A alegria tá na cara  
A brincadeira tá na rua  
Essa energia me abraça  
Eu amo essa mistura*

*Maracatu, caboclinho  
Frevo no pé e no coração  
Simbora, meu Brasil  
Viver essa emoção*

*(refrão)*

*Chegou, brincou!  
É Pernambuco, estado de alegria!  
Chegou, brincou!  
Carnaval pra todo mundo, é pura folia!*



## O CAMINHO CRIATIVO

### FILME 60"

O filme, peça principal da campanha, começa com de forma inusitada e em um formato atual, que faz referência aos vídeos de TikTok: Gil se filma dançando freneticamente no quarto. Ele revela que essa energia toda é a energia do carnaval de Pernambuco e que vai fazer a mala pra ir “simbora” pra lá.

Acontece então o segundo momento inusitado: quando ele abre a mala para colocar suas roupas, sai de dentro uma passista. Eles começam a frevar juntos e são transportados para a grande folia.





A partir daí temos um clip contagiante e emocionante, mostrando Gil em meio às mais variadas manifestações do carnaval pernambucano.

É PERNAMBUCANIDADE NA VEIA, com primor de figurino, direção de arte, fotografia e edição que, com beleza e ritmo, consegue mostrar a energia e a grandiosidade da festa, ao som do jingle da campanha.

A campanha contemplou, tanto nos filmes quanto nas peças gráficas, a diversidade das manifestações culturais de todo o estado. Frevo, Coco, Ciranda, Maracatu, Caboclinho, Papangus, Caiporas, Caretas, Bonecos gigantes, entre outros, estão presentes na produção através de quem vive esses personagens e manifestações na vida real, com seus figurinos reais.



## A CAMPANHA

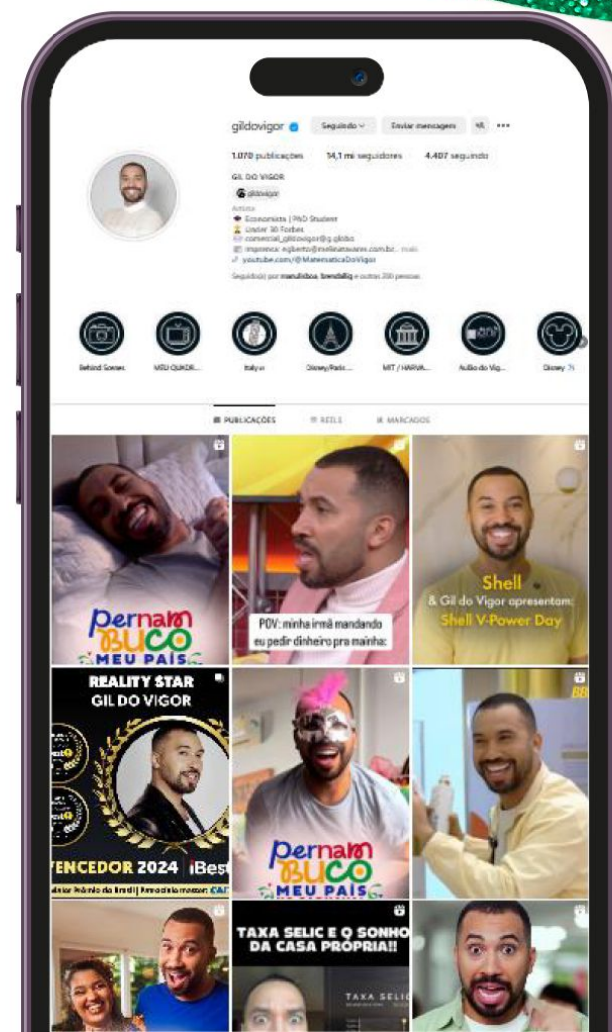
### MIX COMPLETO DE MEIOS E FORTE PRESENÇA DIGITAL

Com a adaptação para cada meio pensada com cuidado, a exemplo do Bumper de 6" para Youtube, que teve uma cena de Gil gravada especialmente para a peça, a campanha integrou meios tradicionais, como TV, rádio, mídia impressa, OOH e DOOH, com meios digitais, como Google Search, Google Ads, Facebook, Instagram, Youtube e portais, além da utilização de Gil do Vigor como influencer.

Gil não só estrelou a campanha, como suas redes sociais foram um veículo fundamental para potencializar seu alcance, conquistar viralização orgânica e grande interação e engajamento.



O filme da campanha foi postado em primeira mão por Gil no seu Instagram e, ao longo da campanha, ele postou diversos reels e stories. As postagens instigavam o público ao longo da campanha, com vídeos pensados para tirar partido do jeito natural de Gil. Teve vídeo de Gil suando em uma aula de frevo, indo dormir abraçado com a bandeira de Pernambuco pra sonhar com o carnaval, escolhendo e experimentando mil fantasias, com dificuldade de se concentrar no trabalho porque o jingle da campanha grudou na sua cabeça e discurso apaixonado sobre a cultura pernambucana. Tudo isso sempre ressaltando as características e diferenciais do carnaval de Pernambuco, criativo, contagiante e, principalmente democrático e cultural, com uma diversidade de ritmos e manifestações do estado todo.



## RESUMO DOS MEIOS/PEÇAS

-TV - Filmes 60" e 30"

-RÁDIO - Jingle 30"

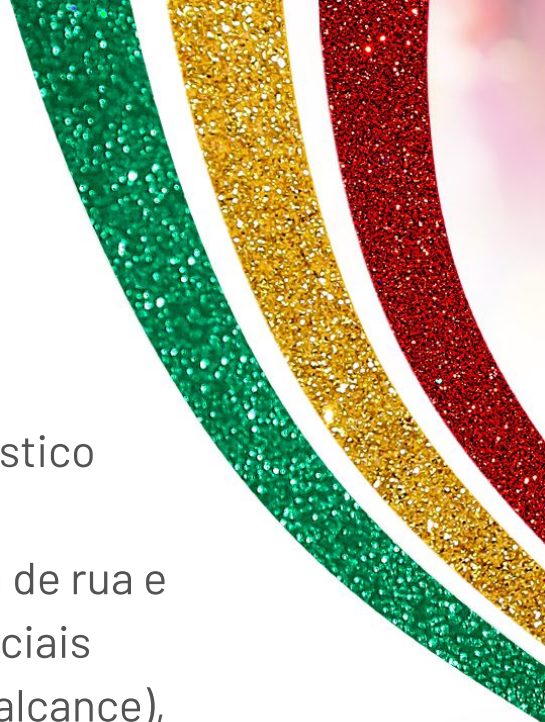
-MÍDIA IMPRESSA - Anúncios de revistas e jornais voltados para o trade turístico

-OOH - Backbus e outdoors nas versões simples e com aplique

-DOOH - Painéis de led em ruas, estações de bike, equipamentos academia de rua e no Aeroporto do Recife, além de telas de elevador em condomínios residenciais

-DIGITAL/PROGRAMÁTICA - Google Search e Google Ads (tráfego), Display (alcance), Social - Facebook e Instagram (feed notícias, stories, reels - alcance), Youtube - In-stream Não Pulável 15" e Bumper 6" (alcance)

-USO DO INFLUENCER - Postagens nas redes sociais de Gil do Vigor e presença do protagonista/influencer nos eventos de lançamento/divulgação do carnaval de Pernambuco, em São Paulo, e na abertura do carnaval de Pernambuco, em Olinda.





Por meio de uma estratégia bem definida e de uma ideia criativa consistente, a campanha do carnaval de Pernambuco 2025 gerou **resultados expressivos**, cujos números veremos a seguir, e, para além da divulgação da festa, celebrou o orgulho pernambucano e fortaleceu a imagem do carnaval pernambucano como uma experiência democrática, vibrante e inesquecível.



# AÇÃO DIGITAL COM GIL DO VIGOR

## ESCOPO DA CAMPANHA

6

Reels no Instagram

12

Stories no Instagram

## BIG NUMBERS INSTAGRAM GIL DO VIGOR

Visualizações **8,5 milhões**

Impactos **9,6 milhões**

Impressões **1,1 milhão**





# AÇÃO DIGITAL COM GIL DO VIGOR

## BIG NUMBERS INSTAGRAM GIL DO VIGOR

Alcance médio **332,3 mil**

Interações totais **152,3 mil**

Engajamento em Reels **4,73%**





## PROGRAMÁTICA

A campanha superou as expectativas ao alcançar um realizado acima do planejado, chegando até 105% das entregas atingidas.

Com estratégias segmentadas para Pernambuco e diversos estados do Brasil e criativos de alto desempenho, conseguimos ampliar o alcance, gerar reconhecimento e despertar interesse do público, garantindo performance consistente em todos os fronts trabalhados.

## BIG NUMBERS

Impressões **+33 milhões**

Visualizações **+2 milhões**

Engajamentos **+172 mil**

Cliques **+28 mil**

