



**MARÇO
AZUL** 20
26

Prevenção do
Câncer de Intestino

A JORNADA DA VIDA

Público 45⁺

**Previna-se contra o
câncer de intestino**

MANUAL DE CAMPANHA

Realização:



Gerenciamento:





Importante

Este guia foi elaborado para apoiar o projeto e fornecer todas as instruções necessárias para a manutenção da unidade na comunicação da edição do Março Azul 2026.

Aqui você encontrará todo o conteúdo necessário para que consiga, de forma autônoma, utilizar as peças de marketing e usufruir ao máximo das informações disponíveis.

Matriz de responsabilidades

Caso persistam dúvidas, cada associado deverá procurar o responsável da sua respectiva entidade para obter mais esclarecimentos:

SOBED: Mariana Sbrighi

SBCP: Cezar Leme

FBG: Tiago Barreto



A JORNADA DA
ViDA

Público 45+

**Previna-se contra o
câncer de intestino**

Atenção!

É vedada a retirada das marcas dos realizadores e do gerenciamento nas adaptações locais ou em peças derivadas do material da campanha do Março Azul.





Sinais de **ALERTA**

- Sangue nas fezes;
- Dor e cólica abdominal frequente por mais de 30 dias de duração;
- Alteração no ritmo intestinal de início recente (quando um indivíduo, que tinha o funcionamento intestinal normal, passa a ter diarreia ou constipação);
- Emagrecimento rápido sem uma causa conhecida;
- Anemia, cansaço e fraqueza.

Se apresentar algum desses sintomas, procure um médico ou um serviço de saúde mais próximo. **Previna-se!**



marcoazul.org.br
OU APONTE A CÂMERA DO
CELULAR PARA O QR-CODE

Realização:



Gerenciamento:



Deverão ser preservadas as marcas e as ordens hierárquicas nas aplicações das peças de campanha.

Poderão ser incluídos patrocinadores locais, desde que não comprometam o padrão aprovado pelo comitê da campanha.



Importante!

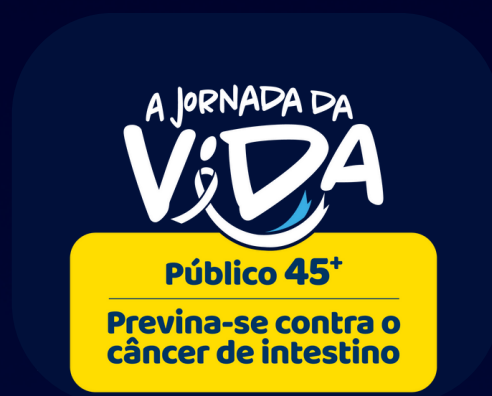
Todos os vídeos de depoimentos, apoio ou convites postados nas redes sociais do Março Azul por celebridades, profissionais e outros colaboradores são cedidos de forma **“pro bono”**, **com restrições de uso de imagem**. Portanto, precisam ser respeitados os limites para publicação.

Essas peças são cedidas exclusivamente para veiculação nas redes oficiais do Março Azul; evite repostar de forma independente.

Utilize a ferramenta **Remixar** do Instagram e vamos fortalecer o **@campanhamarcoazul**.

Dessa forma, fortalecemos ainda mais as redes oficiais, preservamos o acordo para a utilização de imagem e ampliamos o alcance das peças.

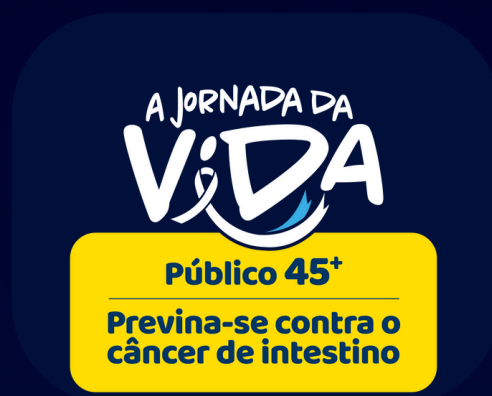
Segue, nas páginas seguintes, um pequeno guia para quem ainda não conhece a ferramenta **Remixar do Instagram**.



TUTORIAL PARA REMIXAGEM



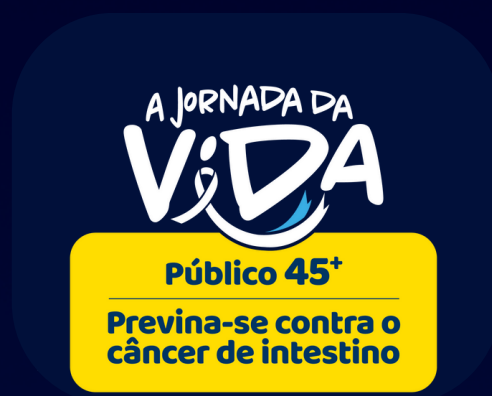
**Passo 1: clica nos
3 pontinhos da
postagem.**



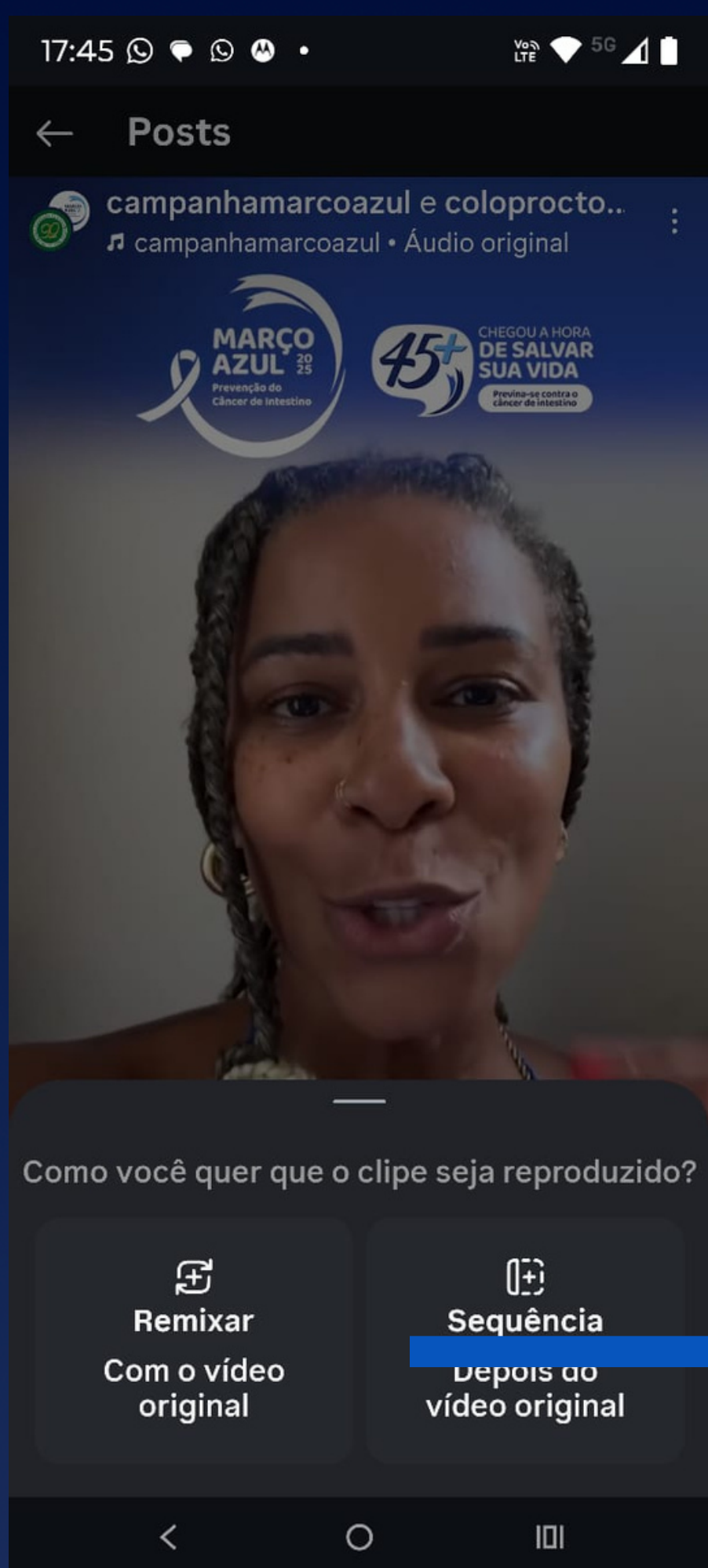
TUTORIAL PARA REMIXAGEM



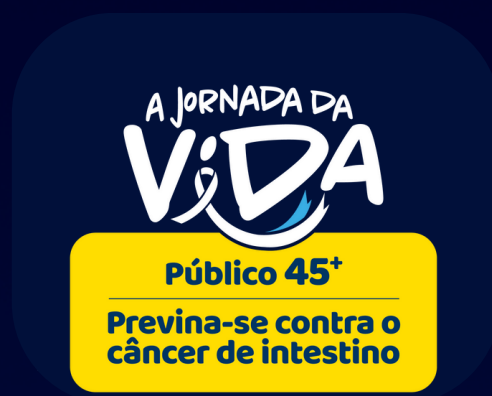
**Passo 2: clica em
Remixar.**



TUTORIAL PARA REMIXAGEM



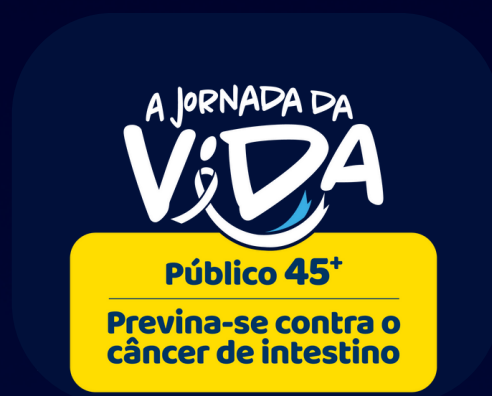
**Passo 3: escolhe
Remixar com o
vídeo original.**



TUTORIAL PARA REMIXAGEM



**Passo 4: Incluir
algum elemento,
ex: emoji, texto,
etc. para liberar o
avanço.**



TUTORIAL PARA REMIXAGEM



**Passo 5: Incluir
legenda e postar.**



ÍNDICE

1. Plano de conteúdo
2. Peças da campanha
3. Acesso e instruções de uso para as peças off
4. Acesso e instruções de uso para as peças digitais
5. Modelo de ofício (doc)
 - 5.1 - Releases Imprensa - conteúdo oficial da campanha
6. Modelo Canva
7. Postagens Fevereiro
8. Postagens Março
9. Site Oficial
10. Guia de engajamento
11. Redes Sociais
12. Assessoria de Imprensa
13. Manual de uso da Marca
14. Canais Oficiais Março Azul



2. PEÇAS DA CAMPANHA

INSTITUCIONAL	
Banners site - oficial/realizadoras (mobile + desktop)	8
Capas Redes Sociais oficial/realizadoras (FB, YT, LK)	3
Avatar Redes Sociais	1
Portal Oficial Março Azul 2025	1
PEÇAS OFF (SOMENTE ARTE)	
Timbrado Março Azul	1
Outdoor	1
Banner físico	1
Faixa divulgação (2 derivações)	2
Bottom / Pin	1
Flyer A5	1
Cartilha sanfonada A5	1
Camisa Março Azul	2
Produtos (caneca, squeeze, boné, touca médico)	4
POSTAGENS	
Cards estáticos	15
Carrosséis	9
Reels/motions	3
VT Institucional lançamento (narração + cartelado até 60")	1
VT Institucional encerramento (narração + cartelado até 60")	1
MATERIAIS DE APOIO (DIGITAL)	
E-mail Marketing	2
Midia Kit	1
Manual de campanha	1
Proteção de tela - desktop + mobile	1
Figurinhas WhatsApp (kit 5 figuras)	1
Template testemunhais (influencer/celebridades)	1
Card template MODELO CANVA (regionais + parceiros)	1
PRODUÇÃO TESTEMUNHAIS (EDIÇÃO + PUBLICAÇÃO)	
Depoimentos / testemunhais	17
Card desdobramentos "#UseAzulpelaPrevenção"	4
EMKT "#UseAzulpelaPrevenção"	1
Reels "#UseAzulpelaPrevenção"	1



3. ACESSO E INSTRUÇÕES DE USO PARA PEÇAS OFF



LINK PARA PEÇAS:

[BANNERS OFF](#)

[BOTTON/PIN](#)

[CAMISAS E BONÉ](#)

[CARTILHA SANFONADA](#)

[FAIXAS](#)

[FLYER A5](#)

[OUTDOORS](#)

[PRODUTOS DA CAMPANHA](#)

Os links dão acesso direto para a respectiva pasta, onde os arquivos estão depositados conforme descrito abaixo:



Arte finalizado - arquivos prontos para serem produzidos (gráfica ou estamparia).



Editáveis - arquivos abertos em Photoshop ou Illustrator, podem ser adaptados, mantendo o design aprovado para campanha.



Finais - arquivos fechados em formato **.png** ou **.jpg**.

ATENÇÃO: Os arquivos finais das camisas, já estão prontos para envio para estamparia. São arquivos **.PDF**.



4. ACESSO E INSTRUÇÕES DE USO PARA PEÇAS DIGITAIS

LINK PARA PEÇAS:

[AVATAR](#)

[BANNERS
PORTAL](#)

[CAPAS REDES
SOCIAIS](#)

[STICKERS
WHATSAPP](#)

[PROTEÇÕES DE
TELA](#)

[TIMBRADO
OFICIAL](#)

[TEMPLATES
DEPOIMENTOS](#)

[MÍDIA KIT](#)

Os links dão acesso direto para a respectiva pasta, onde os arquivos estão depositados conforme descrito abaixo:



Editáveis - arquivos abertos em Photoshop ou Illustrator, podem ser adaptados, mantendo o design aprovado para campanha.



Finais - arquivos fechados em formato **.png** ou **.jpg** e prontos para uso.



5. MODELO DE OFÍCIO



LINK PARA O ARQUIVO EM .DOC

[Modelos de documentos oficiais para pedido de iluminação/parceria entidades publicas e privadas.](#)

- Realizar download do arquivo padrão e adaptar para a necessidade local.

5.1 RELEASES IMPRENSA - CONTEÚDO OFICIAL DA CAMPANHA

[Release oficial + Conteúdos oficiais do Março Azul 2026](#)



6. MODELO CANVA

LINK PARA 3 MODELOS DE CARDS EDITÁVEIS NO CANVA

[Modelo Canva](#)

- Acesso total a 3 modelos de cards do Março Azul - edição 2026, com todos os elementos separados e editáveis para montagem de peças originais.
- O usuário será obrigado a se logar no Canva para ter acesso ao material. Quem já tem conta no APP, será direcionado para o ambiente do Março Azul.



7. POSTAGENS FEVEREIRO

LINK PARA PEÇAS:

[LINK PARA PEÇAS GRÁFICAS](#)

- As peças serão liberadas em lotes, de acordo com o cronograma de publicação;
- Estarão organizadas no drive cronologicamente;
- Serão identificadas conforme seu **dia de publicação, tipo de peça e tema**. Seguindo o exemplo:
0102_CARD_VEMAI.png
- Todas postagens estarão fechadas e prontas para uso.

[LINK PARA LEGENDAS](#)

- O link dá acesso direto ao LEGENDAS.txt que seguirá a mesma lógica de liberação das peças gráficas;
- As legendas estarão organizadas em ordem cronológica e o título será o nome da peça gráfica correspondente.



8. POSTAGENS MARÇO

LINK PARA PEÇAS:

[LINK PARA PEÇAS GRÁFICAS](#)

- As peças serão liberadas em lotes semanais, de acordo com o cronograma de publicação;
- Estarão organizadas no drive cronologicamente;
- Serão identificadas conforme seu **dia de publicação, tipo de peça e tema**. Seguindo o exemplo:
0103_VT_LANÇAMENTO_VEMAI.mp4
- Todas postagens estarão fechadas e prontas para uso.

[LINK PARA LEGENDAS](#)

- O link dá acesso direto a um arquivo LEGENDAS.txt que seguirá a mesma lógica de liberação das peças gráficas;
- As legendas estarão organizadas em ordem cronológica e o título será o nome da peça gráfica correspondente.



A JORNADA DA
Vida

Público 45+

**Previna-se contra o
câncer de intestino**

9. SITE OFICIAL

LINK PARA O SITE



www.marcoazul.com.br

 Instagram  Facebook  YouTube  Spotify



**O CÂNCER DE INTESTINO
É O TERCEIRO QUE MAIS
MATA NO BRASIL.**

Escolha se cuidar



público 45+ | não deixe pra depois

Realização



Execução



Participe do Março Azul 2026 e viva com + saúde!

Lembre-se: quanto antes diagnosticar e tratar o câncer de intestino, maiores as chances de cura.

O Março Azul é uma campanha de combate ao câncer de intestino, doença silenciosa que requer atenção aos seus sinais e fatores de risco.

Com diagnóstico precoce, o câncer de intestino tem até 90% de chance de cura.

Converse com seu médico e adote uma vida com mais prevenção, menos excessos e tolerância zero a práticas que colocam sua saúde em risco.



O câncer do intestino é o 3º tumor que mais mata no Brasil.



Atinge mais de 45 mil pessoas por ano no país.



Acomete principalmente homens e mulheres com 45 anos ou mais.



Histórico familiar é um dos fatores de risco.

O que você precisa saber sobre o câncer de intestino



- Canal oficial da campanha e repositório de todas as informações relevantes sobre o projeto.



10. GUIA DE ENGAJAMENTO

Dicas para aumentar a visibilidade da Campanha Março Azul 2026.

- Utilizar o avatar da campanha na foto dos perfis e as capas e os banners com o tema da campanha nas redes sociais;
- Seguir as redes sociais oficiais do Março Azul:
 - – Instagram: @campanhamarcoazul
 - – Facebook: @camp.marcoazul
 - – YouTube: Março Azul Oficial (**@campanhamarcoazul**)
- Compartilhar o conteúdo da campanha nas redes sociais pessoais, marcando sempre os perfis oficiais;
- Marcar nos stories o **@campanhamarcoazul** para possibilitar reposts;
- Utilizar a hashtag **#MarçoAzul** nas publicações, isso aumenta as chances da mensagem alcançar mais pessoas;
- Ao gravar vídeos para stories, escolher a posição vertical do celular e marcar sempre **@campanhamarcoazul** ao publicar;
- **Vestir azul, decorar o consultório com a cor azul, utilizar objetos azuis ou adotar outras iniciativas que chamem a atenção para a causa;**
- Mobilizar amigos, pacientes, funcionários e familiares para que se informem e compartilhem conteúdos sobre a prevenção do câncer de intestino.



11. REDES SOCIAIS

Conduta e boas práticas;

- Em casos de perguntas e comentários sobre sintomas, tratamentos etc. em posts publicados, a recomendação é encaminhar para o FAQ do site oficial da campanha, que reúne as dúvidas mais comuns.
- As regionais possuem autonomia para produzir conteúdo, de forma alinhada ao mote nacional. Procure sempre marcar o canal oficial **@campanhamarcoazul**, para possibilitar reposts e maior engajamento.
- Serão promovidos conteúdos em vídeo com influenciadores e artistas. A ideia é dar a maior visibilidade possível à campanha. Contamos com todos para identificar novos influenciadores e contribuir para a viralização dos materiais postados no canal oficial. Para indicação de personalidades, informe-nos por meio do e-mail **marcoazul@360comunicacao.com** ou pelos telefones **(21) 97137-5878 / (61) 99146-8892**.
- Incentivamos, ainda, que convidem as autoridades locais a iluminar prédios e monumentos públicos na cor azul, a fim de dar projeção ao movimento em todo o território nacional. Utilize o modelo de ofício elaborado pela assessoria de imprensa e não se esqueça de registrar com fotos, postar nas redes sociais e marcar **@campanhamarcoazul**.



12. IMPRENSA

Conduta e boas práticas

- Nossa assessoria de imprensa estará à disposição para auxiliá-los. Ao longo da campanha, serão encaminhados releases com informações sobre a mobilização, que também serão direcionados à imprensa de todo o país.
- É importante já ter definido um porta-voz regional para atender os veículos de comunicação locais. No caso de entrevistas em vídeo, sugerimos o uso da camisa oficial da campanha; caso não seja possível, utilize alguma vestimenta na cor azul.
- Para entrevistas, é importante contar com alguém que tenha facilidade para falar diante de câmeras e microfones.
- O especialista escolhido precisa estar ciente das informações gerais da campanha e dos dados técnicos, para que haja unidade de discurso.
- Sintam-se à vontade para atender aos pedidos de entrevista, mas, caso prefiram, podem orientar os veículos de imprensa a procurar a assessoria de imprensa da campanha por meio dos contatos

360@360comunicacao.com ou (21) 98628-5453 / (61) 99146-8892.



13. MANUAL DE USO MARCA

A marca deve ser preservada e apresentada sempre em conformidade com o padrão aprovado pela comissão da campanha.

Marca - aplicações sobre fundo branco.





A JORNADA DA
ViDA

Público 45⁺

**Previna-se contra o
câncer de intestino**

Mote - aplicações sobre fundo branco.

A JORNADA DA
ViDA

Público 45⁺

**Previna-se contra o
câncer de intestino**

A JORNADA DA
ViDA

Público 45⁺

**Previna-se contra o
câncer de intestino**



Marca - aplicações sobre fundo azul.





A JORNADA DA
ViDA

Público 45+

**Previna-se contra o
câncer de intestino**

Mote - aplicações sobre fundo azul.

A JORNADA DA
ViDA

Público 45+

**Previna-se contra o
câncer de intestino**

A JORNADA DA
ViDA

Público 45+

**Previna-se contra o
câncer de intestino**



Área de proteção

Deve-se manter uma área de proteção em torno da marca Março Azul. O espaço mínimo representa a distância mínima entre a marca e qualquer outro elemento (design, texto ou outra marca).

A distância deve ser respeitada conforme representação abaixo. Para obter melhores resultados, recomenda-se utilizar sempre que possível, uma reserva maior que o mínimo solicitado.





Perfil de cores

Padrão RGB



R 00 G 45 B 113



R 00 G 88 B 193



R 00 G 181 B 255

Padrão CMYK



C 100 M 59 Y 00 K 55



C 90 M 70 Y 00 K 00



C 65 M 12 Y 00 K 00



MARÇO
AZUL 2026
Prevenção do
Câncer de Intestino

[LINK MARCAS OFICIAIS](#)
[MARÇO AZUL](#)





14. CANAIS OFICIAIS

SE VOCÊ AINDA NÃO SEGUE AS REDES OFICIAIS DO MARÇO AZUL, CLIQUE NOS LINKS ABAIXO E NOS APOIE.



[INSTAGRAM](#)



[FACEBOOK](#)



[YOUTUBE](#)



[SITE OFICIAL](#)



[TIKTOK](#)





SEU APOIO É FUNDAMENTAL.

Contamos com todos para o compartilhamento das peças de comunicação, para a mobilização dos especialistas da sua região e para a sensibilização da mídia local sobre o tema, que precisa chegar à população de forma cada vez mais clara.

Ressaltamos que as regionais ou federadas têm total autonomia para ações locais, que também podem (e devem) ser repercutidas nos canais oficiais do Março Azul 2026.

**FAÇA PARTE DESSA GRANDE INICIATIVA!
COM A SUA CONTRIBUIÇÃO
ALCANÇAREMOS MAIS PESSOAS E
SALVAREMOS MAIS VIDAS.**

Agência responsável:

ACTFLY
M A R T E C H