

Vida 
em Pause

Unimed 
Porto Alegre

A ação que transformou a pausa do streaming
em um convite para fazer a vida continuar.

Mais de 78 mil pessoas estão hoje na fila por um transplante de órgãos no Brasil. Para elas, a vida está em pausa.

É uma espera silenciosa. Uma pausa que congela planos, adia sonhos e suspende futuros. Não é o tempo que dói. É a incerteza. E a Unimed Porto Alegre, como marca dedicada a cuidar de vidas, entendeu que o principal obstáculo para mudar essa realidade não é convencer alguém a ser doador.

É garantir que essa escolha seja dita em voz alta, para quem importa. Porque no Brasil, só existe doação quando a família autoriza.



Em setembro, mês da doação de órgãos,
Unimed Porto Alegre decidiu lembrar o que
muitos esquecem:

**Para quem está
esperando por um
órgão, a vida para.**



Campanha 2024



Campanha 2025

E reforçar que só uma doação de órgãos, que
possibilita um transplante, tem o poder de
apertar o play de novo. Esse foi o ponto de
partida para a continuidade da campanha
“**Seja um Influenciador**”, lançada em
2024". Um incentivo para que cada pessoa
não apenas declare sua intenção de doar,
mas inspire outros a fazerem o mesmo.

Como transformar uma pausa em um convite à **continuidade da vida?**

A Unimed Porto Alegre patrocinou as pausas do Globoplay, um dos streamings mais assistidos do país, usando um formato inovador, que veicula para assinantes e não assinantes, e se conecta com o comportamento real das pessoas. Durante o pause de um filme ou série, surgia a mensagem da campanha. Direta e impactante.

Uma pausa que convidou à conversa, que fez pensar, que pode mudar o final de uma história. Com o uso estratégico do streaming na TV, momento onde famílias se reúnem para viver emoções juntas, a campanha gerou não apenas impacto visual, mas emocional.



**Clique para
assistir o
vídeocase**



Seja um

InfluenciaDoador 
E dê o play em muitas vidas.

Unimed 
Porto Alegre

O impacto foi tão real quanto simbólico. A campanha alcançou lares inteiros, em telas grandes, nos momentos mais íntimos do dia a dia. Com um investimento inferior a R\$ 20 mil, alcançamos:



290 mil
impressões durante
pausas no Globoplay



A escolha da Globoplay em detrimento de outras plataformas, permitiu geolocalizar a veiculação, focando apenas nas cidades de atuação da Unimed Porto Alegre e tornando a ação mais estratégica.



A Unimed falou com quem decide pela saúde da família: 70% mulheres entre 25 e 39 anos.



+ de 1 milhão
de pessoas
impactadas

Um número de doadores potenciais capaz de zerar mais de 10x a fila de espera por transplante no Brasil.