

MARÇO/26

nacional
c o m u n i c a ç ã o

ACELERA AMAPÁ

MINISTÉRIO DA INTEGRAÇÃO E DO
DESENVOLVIMENTO REGIONAL



OBJETIVO DE COMUNICAÇÃO



1

Tornar o programa conhecido em todo o estado e para o formador de opinião, buscando escala, frequência e presença.

2

Explicar o programa, expondo todos as frentes, de forma que gere interesse e reconhecimento com o tema.

3

Gerar proximidade regional e identificação cultural.



OBJETIVO DA MÍDIA



1

ALCANCE + FREQUÊNCIA

Combinação entre alcance, presença territorial e mobilização, garantindo que o Programa Acelera Amapá informe, engaje e converta em todo o estado.





MEIOS

Televisão
Rádio
Mídia Exterior
Digital



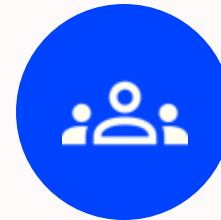
PERÍODO

2 meses
(06/04 a 13/06/26)



PRAÇA

Amapá e ações
pontuais nacionais



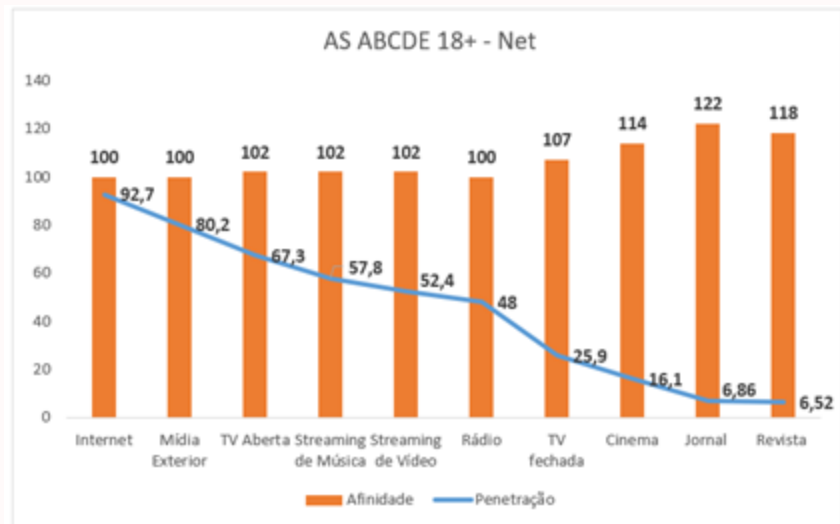
PÚBLICO

- Sociedade Geral;
- Formadores de opinião,
- Estudantes,
- Agricultores
- Comunidades em vulnerabilidade





HÁBITOS DE CONSUMO



Fonte: Brasil TGI BR 2025 R3 Pessoas

TV

A TV aberta continua sendo um dos meios com maior penetração no Brasil, atingindo milhões de pessoas simultaneamente, inclusive em regiões onde o digital ainda tem menor penetração.

MÍDIA EXTERIOR

Meio com alta penetração em que conseguiremos impactar as pessoas em diversos canais, construindo a frequência da campanha.

RÁDIO

O meio rádio entrega rapidamente frequência e fortalece a mobilização direta, usado muitas vezes como meio que promove a decisão.

INTERNET

Meio de maior penetração e é o meio de maior segmentação e conversão.



ESTRATÉGIA DE MÍDIA



Internet

Principal meio da campanha.
Segmentação permite flexibilização e personalização da mensagem.



Televisão Aberta

Cobertura Estadual
Filme 60", 30" +
merchan 60".
Base da programação:
Jornalismo, Novela
e Auditório.



Televisão Jornalística

Cobertura Nacional
com filme de 60" e
30" para o formador
de opinião



Mídia Exterior

Locais estratégicos.
Ativos: painel eletrônico,
terminais rodoviários,
cinema itinerante
e minidoor social.



Rádio

Frequência Regional –
capital sem pesquisa.
Spot 30" +
Spot 60"



TÁTICA DE *m*MÍDIA



TV ABERTA

Foram selecionadas as 5 emissoras rede que possuem sinal no estado do Amapá - Globo, Record, SBT, Band e Rede TV

Priorizamos os programas de maior audiência e diários (seg a sex) para maior alcance e frequência da campanha.

Além da mídia avulsa de 30" e 60", reforçamos a programação com Merchandising para aproveitar a credibilidade e carisma do apresentador.

As ações de merchan serão realizadas apenas na programação local da Record e do SBT por não cobrarem cachê.

O IBOPE não afere esse mercado impossibilitando a simulação de audiência.



TV JORNALÍSTICA

TV Fechada entra na nossa estratégia de forma nacional para poder dar visibilidade para o público formador de opinião sobre o programa Acelera Amapá.

Foram selecionadas emissoras jornalísticas que possuem alta afinidade e audiência com o target – GloboNews, RecordNews, BandNews, CNBC e CNN.

A veiculação será no rotativo das emissoras com veiculação dos filmes de 30" e 60" durante o primeiro mês da campanha.



RANKING

		Total >>	Total			
		Targets >>	ABCDE 18+			
Emissora	Hora Início	Hora Fim	Rat%	Rat#	Shr%	Aff% [Total In
Total			0,03	18,989	0,19	119,23
RECORD NEWS	06:00:00	25:00:00	0,06	31,607	0,31	118,51
GloboNews	06:00:00	25:00:00	0,05	29,401	0,29	120,46
CNN Brasil	06:00:00	25:00:00	0,02	11,084	0,11	118,29
BAND NEWS	06:00:00	25:00:00	0,01	3,864	0,04	118,53

Fonte: Ibope Média, Dezembro/25 a Fevereiro/26 - AS, 18+, seg a sex, das 6h às 25h



MÍDIA EXTERIOR

O estado do Amapá conta com poucos ativos disponíveis. Por isso, estamos adotando duas frentes na estratégia de mídia exterior:

Alto alcance e visibilidade: ativos com maior capilaridade e alto fluxo de passantes.
Painéis eletrônicos, terminais rodoviários e outdoor social

Alto engajamento: ações para um público mais restrito, mas bem segmentado.
Van escolar e cinema itinerante



MÍDIA EXTERIOR

TERMINAL RODOVIÁRIO:

A mídia em Mobilidade Urbana é relevante para a nossa estratégia, pois concentra um grande fluxo diário de pessoas, com diversos locais de espera forçada, que é onde entram os pontos de publicidade, gerando assim uma ótima oportunidade de conversar com o público. Esta categoria será trabalhada da seguinte forma:

- Veículos contemplado: NEOOH
- Formato: 10"

DOOH –PAINEL DE LED

Formatos de grande impacto localizados em locais com grande fluxo de pessoas/carros, trazendo grande visibilidade e capilaridade para a campanha.

- Veículos contemplados: Alumni
- Formato: 10"



MÍDIA EXTERIOR

OOH – MINIDOOOR

O minidoor é estratégico para a campanha, pois está próximo da população. Além disso, esse meio contribui para a economia local, já que os líderes comunitários selecionam os moradores que terão placas instaladas em suas residências.

Veículos contemplados: Comunidade Door

A distribuição da quantidade de placas foi definida de acordo com o tamanho populacional de cada comunidade. Assim, as comunidades mais populosas receberam um número maior de placas.

OOH – VAN ESCOLAR

A mídia em van escolar irá falar diretamente com as famílias do Macapá, além de impactar também os passantes do caminho.

A mídia será veiculada no vidro traseiro de toda a frota disponível no Macapá. Serão 15 vans veiculando em bairros periféricos durante toda a campanha.



MÍDIA EXTERIOR

CINEMA ITINERANTE

O cinetruck é um caminhão que leva uma sessão de cinema gratuita para quem não tem muito acesso.

A sessão é toda envelopada com a identidade visual da campanha e ainda conta com distribuição gratuita de pipoca.

Além do cinema, o caminhão irá veicular com a nossa mensagem nas principais ruas do município.

O Etruck irá visitar as 15 cidades do interior do Amapá.



RÁDIO

O planejamento de mídia contempla todas as emissoras em conformidade no midiacad do Macapá.

Não há nenhuma rádio cadastrada do interior do estado.

Serão veiculados os spots de 30" e 60" durante toda a campanha nas 05 emissoras da capital.



INTERNET



A seleção dos canais digitais foi pensada para garantir equilíbrio entre alcance, relevância regional e segmentação qualificada, considerando o comportamento de consumo de mídia no Amapá

ALCANCE

REDES SOCIAIS
PORTAIS
SITES REGIONAIS
STREAMING DE ÁUDIO

Cobertura por meio de formatos de visualização e clique;

ENTENDIMENTO

REDES SOCIAIS
REDE DE CONTEÚDO
STREAMING DE ÁUDIO

Esclarecer as informações do programa;

CONVERSÃO

REDES SOCIAIS
REDE DE CONTEÚDO

Acessar o site para interagir com o programa.



PLATAFORMA DIGITAL + REDE SOCIAL

As redes sociais são canais indispensáveis, pois oferecem uma combinação única de alcance massivo, segmentação precisa, interatividade e mensuração em tempo real.

Serão utilizadas 03 das principais redes sociais de acordo com o Comscore para a campanha alcançar uma alta visibilidade e rentabilidade.

TikTok não entrou na estratégia por não aceitar campanhas com esse conteúdo.

Google

- **YouTube:** atua como principal canal de captura de intenção, permitindo impactar usuários que já demonstram interesse por qualificação, crédito e oportunidades

Meta

- Permite ampla cobertura no estado, com segmentação por perfil e comportamento, sendo essencial para conectar o programa a diferentes públicos de forma eficiente

Kwai

- Rede com grande penetração popular. Tem um público mais adulto e maduro. E amplia o alcance em públicos populares



RANKING INOVADOR DIGITAIS + REDES SOCIAIS

comscore				Data Source : Multi-Platform				
Key Measures				Geography : Brazil				
Top 100 Properties [Undup.]				Time Period : September 2025				
				Target : Persons: 18+				
				Media : Top 100 Properties [Undup.] determined by Total Audience				
				Date : 10/29/2025				
©2025 Comscore, Inc								
Row	Entity Type	Tagging Status	Social Media Measurement	Media	Total Unique Visitors/Viewers (000)			
					Desktop and Mobile	Desktop	Mobile	Desktop and Mobile
			Total Internet: Persons: 18+ Top 100 Properties		123.679	34.121	122.421	100,0
1 [P]	1	0	Alphabet		113.767	34.116	102.554	92,0
2 [P]	0	0	Facebook		108.102	24.671	98.954	87,4
3 [P]	0	0	Bytedance Inc.		78.794	5.132	76.660	63,7
4 [P]	0	0	Shopee Pte Ltd		75.138	4.559	72.784	60,8
5 [P]	4	7	Globo		73.976	18.705	63.654	59,8
6 [P]	4	7	UOL		68.830	17.350	59.317	55,7
7 [P]	1	0	Microsoft Sites		67.493	34.096	45.900	54,6
8 [P]	0	0	MercadoLibre		65.396	7.954	60.658	52,9
9 [P]	1	7	Terra Brasil		60.976	4.662	58.194	49,3
10 [P]	3	0	Spotify		58.276	7.450	54.107	47,1
11 [P]	3	0	Amazon		52.560	9.199	46.717	42,5
12 [P]	0	0	Nubank Group		48.777	609	48.381	39,4
13 [P]	0	0	CAIXA.GOV.BR		48.312	1.401	47.352	39,1
14 [P]	0	0	Samsung Group		45.349	393	45.091	36,7
15 [P]	4	7	R7 Portal		44.934	5.993	40.793	36,3
16 [P]	0	0	OpenAI		41.376	11.609	32.988	33,5
17 [P]	1	7	Metropoles Sites		36.425	3.386	33.852	29,5
18 [P]	0	0	Grupo Magazine Luiza		36.329	3.836	33.437	29,4
19 [P]	0	0	She In Group		35.545	1.412	34.525	28,7
20 [P]	0	0	TELEGRAM.ORG		35.534	1.437	34.509	28,7
21 [P]	0	0	Kuailshou Technology		35.366	264	35.177	28,6

PORTAIS

Os portais são canais estratégicos dentro do plano de mídia por sua **alta audiência**, **credibilidade editorial** e **diversidade temática**, o que permite impactar o público em diferentes momentos do seu consumo de informação e entretenimento.

Para garantir **ampla cobertura** e **relevância**, foram contemplados no plano os veículos mais bem posicionados no ranking de audiência, segundo dados da Comscore:

- Globo.com
- UOL
- Terra
- R7

A entrega de mídia nesses veículos acontecerá de forma local, apenas para o estado, e o investimento foi distribuído de forma proporcional à audiência.



RANKING DOS PORTAIS

comscore				Data Source : Multi-Platform				
Key Measures				Geography : Brazil				
Multi-Category [Undup.]				Time Period : September 2025				
				Target : Persons: 18+				
				Media : Multi-Category [Undup.]				
				Date : 10/29/2025				
©2025 Comscore, Inc								
Row	Entity Type	Tagging Status	Social Media Measurement	Media	Total Unique Visitors/Viewers (000)			
					Desktop and Mobile	Desktop	Mobile	Desktop and Mobile
				Total Internet: Persons: 18+	123.679	34.121	122.421	100,0
				Multi-Category	120.897	34.121	114.886	97,8
1 [P]		1	0	Alphabet	113.767	34.116	102.554	92,0
2 [P]		4	7	Globo	73.976	18.705	63.654	59,8
3 [P]		4	7	UOL	68.830	17.350	59.317	55,7
4 [P]		1	0	Microsoft Sites	67.493	34.096	45.900	54,6
5 [P]		1	7	Terra Brasil	60.976	4.662	58.194	49,3
6 [P]		4	7	R7 Portal	44.934	5.993	40.793	36,3
7 [P]		1	7	Metropoles Sites	36.425	3.386	33.852	29,5
8 [P]		0	0	SERPRO.GOV.BR Sites	33.038	918	32.330	26,7
9 [P]		3	7	Webedia Sites	29.365	3.206	26.833	23,7



PORTAL METRÓPOLES

O Metrôpoles integra nosso planejamento para complementar a estratégia das TVs jornalísticas voltadas ao público formador de opinião.

O objetivo é segmentar não apenas por critérios demográficos, mas também pelas editorias do portal, alinhando-as aos temas trabalhados.

A veiculação irá ocorrer no primeiro mês da campanha junto com as TVs jornalísticas.

Além dessa veiculação, o portal também irá trabalhar outra frente de comunicação com segmentação regionalizada para a sociedade geral do Amapá.



REGIONAIS DE NOTÍCIAS

Os portais regionais garantem aderência cultural e legitimidade da mensagem



A GAZETA

Veículo consolidado regionalmente

BLOG DE ROCHA

Canal local com proximidade com a população.

CONECTAMAPÁ

Site vertical com boa penetração no estado

PORTAL ALYNE KAISER

Canal com audiência segmentada e relevante no local

PORTAL AMAPÁ DIGITAL

Veículo com linguagem local e de proximidade com o público

PORTAL JORNAL DO DIA

Site com cobertura do cotidiano ampliando a audiência recorrente

FOLHA DO AMAPÁ

Site tradicional com credibilidade e alcance.



STREAMING DE ÁUDIO

O **Spotify** é a maior plataforma de áudio do Brasil (conforme ranking do Comscore), alcançando milhões de usuários diariamente em diferentes regiões e perfis socioeconômicos — incluindo o público com pouca renda, que utiliza a plataforma em sua versão gratuita.

Esse alcance torna o Spotify uma mídia estratégica para reforçar mensagens de utilidade pública. Essa mídia permite impactar o público em momentos de mobilidade e consumo contínuo, ampliando frequência de exposição da campanha

O consumo de áudio digital acontece de maneira contínua, enquanto o usuário trabalha, estuda, cuida da casa, usa transporte público ou realiza tarefas do dia a dia. Isso favorece uma mensagem de alta atenção, já que os anúncios em áudio interrompem a programação e são ouvidos de forma clara e direta, aumentando a chance de compreensão e retenção.

A veiculação ocorrerá somente no estado do Amapá durante toda a campanha.



RANKING DO STREAMING DE ÁUDIO

comscore		Key Measures		Streaming Audio Entities [Undup.]		Data Source :		Multi-Platform	
						Geography :		Brazil	
						Time Period :		October 2025	
						Target :		Persons: 18+	
						Media :		Streaming Audio Entities [Undup.]	
						Date :		12/18/2025	
©2025 Comscore, Inc									
Row	Entity Type	Tagging Status	Social Media Measurement	Media	Total Unique Visitors/Viewers (000)				% Re
					Desktop and Mobile	Desktop	Mobile	Desktop and Mobile	Desk
				Total Internet: Persons: 18+ Streaming Audio Entities	123.682	34.123	122.421	100,0	
1	[P]	3	0	Spotify	58.997	7.587	54.904	47,7	
2	[M]	0	0	Amazon Audio	6.322	6	6.316	5,1	
3	[P]	0	0	Deezer Sites	2.612	148	2.468	2,1	
4	[P]	3	7	Pandora SiriusXM Media	1.565	475	1.094	1,3	
5	[C]	0	0	Google Play Music (Mobile App)	635		635	0,5	
6	[P]	0	0	STREEMA.COM	582	5	577	0,5	
7	[C]	0	0	CLAROMUSICA.COM	191	1	190	0,2	
8	[M]	0	0	iTunes Software (App)	173	173		0,1	
9	[M]	1	0	BBC Studios	143	143		0,1	



REDE DE CONTEÚDO

As redes de conteúdo são fundamentais para a campanha, pois permitem que a **mensagem acompanhe** o público-alvo em **diferentes momentos da sua navegação**.

Serão utilizados formatos de **display** e **vídeo**, que oferecem alta visibilidade e flexibilidade criativa. Esses formatos ampliam nossa capilaridade, garantindo que a campanha atinja diferentes perfis de usuários com mensagens adaptadas ao contexto de consumo de conteúdo.



REDE DE CONTEÚDO

A utilização de redes de conteúdo é estratégica para ampliar o alcance qualificado da campanha, complementando a mídia tradicional e atingindo o público em vários ambientes de consumo de informação. Ou seja, ampliaremos a distribuição da mídia em sites e blogs de notícias e também em outros ambientes digitais através de uma segmentação eficaz por comportamento e interesse.

É importante ressaltar que o share de investimento foi feito com base no potencial de cobertura de cada uma das redes considerando o tamanho das wishlists.

É importante ressaltar que foi feito um levantamento com as wishlists e o potencial de cobertura de cada uma das redes.



ALRIGHT

Através dessa rede a campanha veiculará em sites regionais do Amapá não contemplados na compra direta, ampliando a cobertura local sem sobreposição de mídia. Com isso, garantimos maior capilaridade e presença territorial da mensagem



SQREEM

Nessa rede ativaremos a campanha em sites nacionais, segmentados para o público do Amapá com base em comportamento e interesse, garantindo que a mensagem seja direcionada aos perfis com maior potencial de engajamento. Assim, ampliaremos o alcance com segmentação qualificada e eficiência na entrega

nacional
c o m u n i c a ç ã o