



Imagens de pessoas de Apicás, comércio, famílias, trabalhadores e cidade.

CENA 01

Uma trilha emotiva, locução masculina firme e com entonação poética.



Uma cidade é feita de pessoas, histórias, sonhos e participação.

Pessoa caminhando, olhando para a cidade; transição para elementos do Legislativo.

CENA 02

Fazer a transição da imagem saindo de algum morador e indo para ação na Câmara.



E muitas decisões que fazem parte da nossa vida passam pela Câmara Municipal.

Entram visualmente: Projetos, Leis, Requerimentos, Indicações e Moções.

CENA 03

Criação de uma animação gráfica para simular assinatura de um projeto de lei



São projetos, leis, requerimentos e indicações que representam necessidades e ajudam a construir novos caminhos para Apicás.

Imagens de sessão, população acompanhando e redes sociais/celular.

CENA 04

Mostrar redes sociais do Legislativo ou plenário desde que não mostre em detalhe algum vereador



Por isso, acompanhe o trabalho dos vereadores, conheça as decisões e participe das sessões.

Imagem de duas pessoas conversando em frente à Câmara.

CENA 05

Manter a trilha ritmo calmo, mas a frase neste ponto deve ter maior ênfase.



Porque exercer a cidadania também é participar.

Entra forte o slogan criado para a identidade da campanha.

CENA 06

Nesta cena entra o QR CODE de acesso ao site e fica por mais 2 segundos após a mensagem para dar tempo de scanear..



Sua Cidade, Sua Câmara. Pratique a cidadania. Uma campanha da Câmara Municipal de Apicás.

OBS: Legendado e com tradução em libras durante o VT.

Julia Waldirene



SPOT RÁDIO 30"

SUA CIDADE, SUA CÂMARA.

Pratique a cidadania.



Trilha sonora institucional e voz do locutor estilo suave pra gerar empatia.

Apiacás é feita de pessoas, histórias, sonhos e participação.

E muitas decisões que fazem parte da nossa vida passam pela Câmara Municipal. São projetos, leis, requerimentos e indicações que ajudam a construir novos caminhos para a cidade.



Por isso, acompanhe o trabalho dos vereadores, conheça as decisões e participe das sessões.

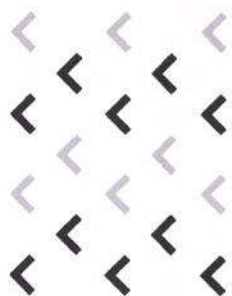
Sua Cidade, Sua Câmara. Pratique a cidadania.

Uma campanha da Câmara Municipal de Apiacás.



RÁDIO

Julia
Waldirene



JORNAL

ANÚNCIO DE JORNAL 1/4 PÁGINA

SUA CIDADE, SUA CÂMARA.
Pratique a cidadania.

14cm



Venha assistir as sessões da Câmara Municipal,
aqui decidimos o futuro da nossa cidade.

**SUA CIDADE,
SUA CÂMARA**
— PRATIQUE A CIDADANIA. —

CÂMARA MUNICIPAL DE APIACÁS

Entenda, Acompanhe, Participe.

Câmara De Apiacás
 camaraapiacas
 @CAMARAMUNICIPALDEAPIACAS
www.camaraapiacas.mt.leg.br

Câmara Municipal de
APIACÁS

Acesse o QR CODE
e veja nosso trabalho

10.5cm

Handwritten signature

Handwritten signature: Julia

Handwritten signature: Waldirene

Handwritten signature

BANNER DIGITAL SITE DE NOTÍCIAS 728x90 pixels

SUA CIDADE, SUA CÂMARA.
Pratique a cidadania.

TELA 01



TELA 02

*Venha assistir as sessões da Câmara Municipal,
aqui decidimos o futuro da nossa cidade.*

TELA 03



TELA 04



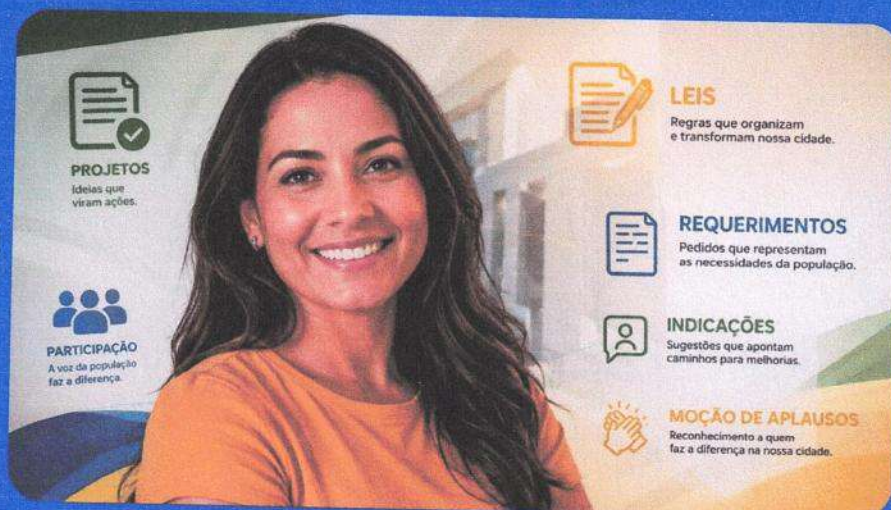
Julia Waldirene

PANFLETO 15X20cm

Sua cidade, sua Câmara.
Pratique a cidadania.



Entenda, Acompanhe, Participe.



Venha assistir as sessões da Câmara Municipal,
aqui decidimos o futuro da nossa cidade.

f Câmara de Apiacás
câmaraapiacas
@CAMARAMUNICIPALDEAPIACAS
www.câmaraapiacas.mt.gov.br



Câmara Municipal de
APIACÁS

Acesse o QR CODE
e veja nosso trabalho



15cm

Julio Waldvino

OUTDOOR 09X03 metros

SUA CIDADE, SUA CÂMARA.

Pratique a cidadania.

SUA CIDADE, SUA CÂMARA

— PRATIQUE A CIDADANIA. —

Venha assistir as sessões da Câmara Municipal,
aqui decidimos o futuro da nossa cidade.

CÂMARA MUNICIPAL DE APIACÁS
Coza cidadã
www.camarapiacas.mt.gov.br

PODER LEGISLATIVO MUNICIPAL DE APIACÁS - MT

Câmara Municipal de APIACÁS

ANDRÉ A. OLIVEIRA

Julia Waldman

7/2

2

Raciocínio Básico

Compreender a comunicação da Câmara Municipal de Apiacás exige, antes de tudo, compreender o território, a população e a dinâmica econômica e social na qual o Poder Legislativo está inserido. Apiacás é um município localizado no extremo norte de Mato Grosso, com território superior a 20 mil km² e população de aproximadamente 8,6 mil habitantes, segundo o Censo de 2022. Sua formação está relacionada aos ciclos de ocupação do norte mato-grossense, à atividade extrativista, à colonização promovida pela INDECO e à posterior emancipação político-administrativa, ocorrida em 1988.

A própria identidade do município carrega elementos históricos importantes. O nome Apiacás faz referência ao povo indígena Apiaká, presente historicamente na região, enquanto o processo de desenvolvimento econômico foi marcado, em diferentes momentos, pela exploração de madeira e ouro. O garimpo ainda permanece presente na economia local, mas Apiacás atravessa um processo de diversificação de sua matriz econômica.

A pecuária tem ampliado sua participação e demonstrado força nos últimos anos, contribuindo para geração de renda, empregos e novas oportunidades de negócios. Paralelamente, áreas destinadas à produção agrícola começam a ganhar espaço no território municipal. Mesmo distante do principal eixo da BR-163, corredor estratégico para o escoamento da produção de grãos de Mato Grosso em direção aos portos do chamado Arco Norte, especialmente Santarém, Apiacás apresenta condições para avançar na inserção da agricultura comercial como mais um vetor de fortalecimento de sua economia.

Esse movimento representa uma transformação relevante para o município. A consolidação da pecuária, o desenvolvimento da agricultura, a agricultura familiar, o extrativismo e outras atividades produtivas tendem a ampliar as demandas por infraestrutura, serviços públicos, legislação, planejamento e representação política. Ao mesmo tempo, as dimensões territoriais de Apiacás e a existência de comunidades e propriedades distantes da área urbana criam particularidades para a administração pública e também para a comunicação institucional.

É nesse ambiente que está inserida a Câmara Municipal de Apiacás. Com nove vereadores e sessões realizadas semanalmente, o Legislativo exerce uma função que vai além da elaboração e votação de leis. É espaço de representação das demandas da população, fiscalização dos atos do Poder Executivo, discussão do orçamento público, apresentação de indicações, requerimentos, projetos e acompanhamento das principais questões que interferem no desenvolvimento do município.

Julia

J

rubelirine

[Signature]

[Signature]

Por estar diretamente ligada às decisões que afetam o cotidiano da população, a Câmara precisa estabelecer uma comunicação capaz de transformar procedimentos legislativos, muitas vezes técnicos, em informações compreensíveis e úteis ao cidadão. A população precisa saber não apenas que uma sessão ocorreu, mas quais assuntos foram debatidos, quais decisões foram tomadas, quem será impactado e de que maneira a atuação parlamentar pode produzir resultados para o município.

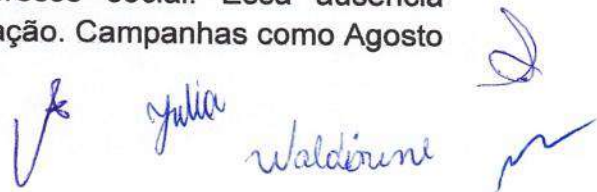
Assim, o conhecimento do anunciante parte da compreensão de que a Câmara Municipal de Apiacás ocupa posição estratégica na construção do desenvolvimento local. Em um município territorialmente amplo, economicamente em transformação e com diferentes realidades sociais e produtivas, fortalecer a comunicação do Legislativo significa aproximar cidadão e Poder Público, ampliar a transparência, estimular a participação popular e tornar mais perceptível o papel institucional desempenhado pelos nove vereadores na representação dos interesses da comunidade.

A análise dos canais institucionais da Câmara Municipal de Apiacás evidencia uma comunicação ainda pouco explorada diante da relevância do Poder Legislativo para o cotidiano da população. Atualmente, observa-se baixo investimento em publicidade institucional, reduzida frequência de publicações nas redes sociais e pouca utilização dos canais digitais como instrumentos permanentes de informação, orientação e aproximação com o cidadão.

No site oficial do Poder Legislativo, por exemplo, foram identificadas apenas dez notícias publicadas entre janeiro e setembro, sendo que a informação mais recente disponível corresponde ao início de junho e a anterior ao mês de abril. A baixa atualização compromete a percepção de atividade institucional, principalmente porque a Câmara mantém rotina legislativa contínua, com sessões semanais, análise de projetos, indicações, requerimentos, votações e debates relacionados diretamente aos interesses do município.

Situação semelhante é observada nas redes sociais. O perfil oficial no Instagram não apresentou publicações durante o mês de agosto, enquanto a página no Facebook se encontra concentrada, principalmente, na divulgação de convites para as sessões legislativas. Embora esse tipo de publicação seja importante, ele representa apenas uma pequena parcela do potencial de comunicação do Poder Legislativo.

Também não foram identificadas, nos canais analisados, campanhas recentes de caráter orientativo, educativo ou de interesse social. Essa ausência representa uma oportunidade importante de atuação. Campanhas como Agosto



Lilás, de enfrentamento à violência contra a mulher; Setembro Amarelo, de valorização da vida e prevenção ao suicídio; Outubro Rosa, de conscientização sobre o câncer de mama; além de ações locais de orientação contra queimadas, descarte irregular de resíduos, prevenção de acidentes, saúde pública ou defesa de direitos são exemplos de conteúdos que podem aproximar institucionalmente a Câmara da população.

A comunicação pública contemporânea não deve se limitar à divulgação de agendas, atos administrativos ou convites para sessões. Ela precisa contribuir para que o cidadão compreenda o funcionamento do Legislativo, acompanhe as decisões tomadas pelos vereadores e perceba de que forma leis, indicações, requerimentos, fiscalizações e debates realizados em plenário interferem em sua vida.

Nesse contexto, existe uma diferença entre o volume de trabalho efetivamente realizado pelo Legislativo e aquilo que chega ao conhecimento da sociedade. A análise das pautas recentes demonstra produtividade parlamentar, com apreciação e votação de diversos projetos de lei e outras matérias legislativas. Entretanto, quando esse conteúdo não é traduzido em uma linguagem acessível e distribuído de forma estratégica, parte considerável dessa atuação permanece restrita ao ambiente institucional.

É importante destacar, porém, que essa deficiência comunicacional não representa ausência de organização ou de transparência administrativa. Ao contrário, a Câmara Municipal de Apicás conquistou o Prêmio Diamante de Transparência Pública, demonstrando elevado desempenho na disponibilização de informações essenciais, como prestação de contas, legislação, projetos, atos administrativos e demais conteúdos exigidos pelos mecanismos de controle e transparência.

Essa constatação revela um ponto estratégico para o planejamento de comunicação: a informação existe, o trabalho legislativo acontece e a transparência formal já apresenta elevado nível de qualidade; o desafio é fazer esse conteúdo chegar ao cidadão de forma simples, frequente, atrativa e compreensível.

A transparência técnica atende aos mecanismos legais de controle social. A comunicação institucional, por sua vez, deve transformar essa transparência em conhecimento público. Não basta disponibilizar uma lei, um projeto ou uma pauta. É necessário explicar o que está sendo discutido, quais mudanças poderão ocorrer, quem será beneficiado, quais direitos estão envolvidos e de que maneira aquela decisão poderá interferir na realidade de Apicás.

Dessa forma, a primeira necessidade identificada é estabelecer uma cultura permanente de comunicação institucional, capaz de conectar o trabalho realizado internamente pela Câmara com a realidade vivenciada externamente pela população.

Estratégia de Comunicação Publicitária

Um Poder Legislativo forte também precisa ser percebido como forte pela sociedade. Para isso, deve comunicar suas ações, prestar informações de interesse público e ocupar os espaços onde a população busca informação diariamente. Atualmente, essa presença ocorre principalmente na internet, nas redes sociais, nos portais de notícias, no rádio, na televisão e em outros meios de comunicação capazes de alcançar diferentes segmentos da comunidade.

A necessidade de fortalecimento da comunicação da Câmara Municipal de Apiacás, portanto, não está relacionada apenas ao aumento da quantidade de publicações. O desafio é estruturar uma comunicação planejada, constante e integrada, na qual cada assunto seja apresentado pelo meio mais adequado, utilizando linguagem compatível com o público que se pretende alcançar.

Sessões legislativas podem gerar conteúdos explicativos sobre os principais projetos discutidos. Indicações podem ser transformadas em informações de interesse comunitário. Projetos de lei podem receber peças que expliquem seus efeitos. Campanhas institucionais podem orientar a população sobre saúde, direitos, cidadania, prevenção e outros temas relevantes. Audiências públicas e ações do Legislativo podem receber divulgação antecipada, cobertura e prestação de resultados. Essa transformação exige planejamento profissional.

Apiacás conta com diferentes veículos capazes de integrar uma estratégia de mídia local, entre eles TV Apiacás – Canal 25, Rádio Selva FM 89,5, Jornal O Porto e veículos regionais com alcance sobre o município e o extremo norte de Mato Grosso. Cada um possui características próprias de público, formato e capacidade de propagação da mensagem.

A contratação de uma agência de publicidade permitirá organizar essa relação de forma técnica e estratégica, deixando de tratar cada divulgação como uma ação isolada e passando a desenvolver campanhas orientadas por objetivos definidos.

Existe, entretanto, uma condição que deverá ser considerada desde o início: os recursos destinados à publicidade institucional tendem a ser limitados neste



primeiro momento. Essa realidade exige ainda mais capacidade estratégica da agência contratada.

Não se trata simplesmente de distribuir recursos entre veículos de comunicação, mas de identificar, em cada campanha, onde está o público prioritário, qual mensagem precisa ser transmitida e quais meios apresentam melhor capacidade de entrega. Em determinados momentos, o rádio poderá exercer papel principal. Em outros, as redes sociais poderão oferecer maior eficiência. Determinados conteúdos poderão exigir televisão, portais de notícias ou utilização combinada de diferentes plataformas.

A otimização da verba deverá ser uma das premissas centrais da estratégia. Com orçamento controlado, cada investimento precisa possuir uma finalidade clara. Campanhas não devem ser planejadas apenas pela disponibilidade de espaços publicitários, mas pela capacidade de alcançar resultados de comunicação. Isso significa trabalhar com frequência adequada, segmentação, complementaridade entre os meios e utilização inteligente dos canais próprios da Câmara, que possuem grande potencial de alcance sem depender exclusivamente da compra de mídia.

A agência também deverá contribuir para estabelecer uma identidade contínua de comunicação. O cidadão precisa reconhecer visualmente uma campanha da Câmara, compreender rapidamente a mensagem e associar o Legislativo a conceitos como transparência, proximidade, cidadania, informação e representação.

O diagnóstico, portanto, aponta menos para uma ausência de conteúdo e mais para uma ausência de estrutura comunicacional capaz de potencializá-lo. Há trabalho legislativo, existem informações relevantes, há transparência institucional e existem meios de comunicação disponíveis no município. O que falta é conectar esses elementos por meio de planejamento publicitário profissional.

Com uma agência capaz de desenvolver essa mentalidade, organizar os canais institucionais e aplicar de forma inteligente os recursos disponíveis, a Câmara Municipal de Apiacás poderá elevar significativamente sua presença pública. Mais do que aumentar sua exposição, poderá ampliar a compreensão da sociedade sobre sua função constitucional e demonstrar, de maneira permanente, que as decisões tomadas pelo Poder Legislativo estão diretamente relacionadas à vida, aos direitos e ao desenvolvimento da população de Apiacás.

Joana Waldine

Optamos por defender o tema "Sua Cidade, Sua Câmara — Pratique a Cidadania". A mensagem é direta, eficiente e bem alinhada com o papel institucional do Poder Legislativo municipal. Aqui estão os pontos fortes e o impacto dessa mensagem:

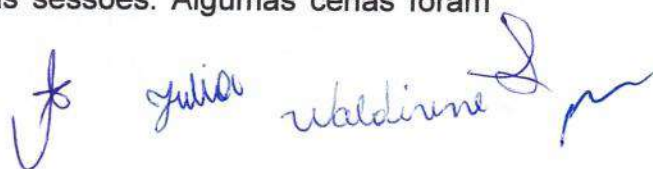
1. Pertencimento e proximidade ("Sua Cidade, Sua Câmara"). Aproxima o cidadão: Frequentemente, a população enxerga a Câmara de Vereadores como um espaço distante ou burocrático. A repetição do pronome "Sua" cria um senso de posse e responsabilidade. Reforça a função local: Lembra que as decisões tomadas ali afetam diretamente o cotidiano da cidade (trânsito, saúde local, iluminação, zoneamento, orçamento municipal).
2. Apelo à ação ("Pratique a Cidadania"). Supera a passividade: Cidadania não é apenas votar de quatro em quatro anos. O verbo "pratique" convida a uma postura ativa: acompanhar sessões, propor ideias, fiscalizar o uso do dinheiro público e participar de audiências públicas. Tom educativo e democrático: Transmite a mensagem de que a democracia se fortalece com a participação contínua da comunidade. Como potencializar essa campanha para que o tema não fique apenas como um slogan abstrato, as ações da campanha podem focar em três pilares práticos: pilar, ação e prática transparência. Mostrar de forma simples e visual como a população pode acompanhar os projetos de lei e a votação de cada vereador. Canais abertos para divulgar ferramentas de participação direta, como a ouvidoria, a tribuna popular e as audiências públicas.

Ideia criativa

Criação de uma logomarca exclusiva para a campanha. A criação da identidade visual da campanha "Sua Cidade, Sua Câmara – Pratique a Cidadania" foi desenvolvida a partir de elementos que reforçam a ligação entre o Poder Legislativo e a identidade de Apicás. As cores utilizadas têm como referência o brasão oficial do município, preservando tonalidades que já fazem parte do reconhecimento visual da cidade. Os personagens representados na composição simbolizam a cidadania, a participação popular e a diversidade da comunidade, reforçando a ideia de que a Câmara pertence a todos e deve estar próxima das pessoas. Já o rio inserido na marca faz referência ao Rio Apicás, elemento geográfico ligado à história e ao território municipal, criando uma conexão direta entre a campanha, a população e o lugar que ela representa.

TV – Roteiro de peça publicitária de 30 segundos

O VT de 30 segundos foi concebido para traduzir o conceito "Sua Cidade, Sua Câmara – Pratique a Cidadania" em uma narrativa dinâmica, próxima e acessível. A peça combinou cenas inspiradas no cotidiano de Apicás, trabalhadores, moradores e situações comuns da comunidade, com recursos visuais que representam a atuação do Legislativo, como projetos, leis, requerimentos, indicações e participação nas sessões. Algumas cenas foram



produzidas com apoio de inteligência artificial, demonstrando atualização técnica e o uso responsável de novas ferramentas de comunicação, enquanto outras foram baseadas em situações e imagens do cotidiano do município, reforçando autenticidade e identificação com a população.

A acessibilidade também integrou a ideia criativa do VT, a peça foi apresentada com legendas e tradução em Libras, ampliando o alcance da mensagem e permitindo que diferentes públicos acompanhem o conteúdo. Na cena final, a identidade da campanha ganhou destaque e o QR Code foi inserido como recurso de direcionamento ao site oficial da Câmara, transformando a publicidade em uma porta de entrada para mais informações, transparência e participação cidadã.

Rádio – Roteiro de peça publicitária de 30 segundos

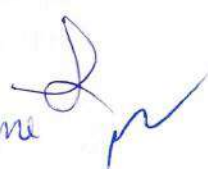
O spot de 30 segundos foi desenvolvido para criar proximidade e identificação imediata com o ouvinte, utilizando uma locução suave, clara e institucional, acompanhada por trilha sonora discreta e emotiva. A construção do texto parte da realidade de Apiacás e conduz o cidadão, de forma simples, da ideia de pertencimento à compreensão de que projetos, leis, requerimentos e indicações fazem parte das decisões que impactam diretamente a comunidade.

A peça foi pensada para aproveitar a força do rádio como meio de grande alcance e fácil assimilação, especialmente em deslocamentos, ambientes de trabalho e no cotidiano das famílias. A repetição do conceito “Sua Cidade, Sua Câmara – Pratique a Cidadania” no encerramento reforça a identidade da campanha e transforma o spot em um convite direto para que a população acompanhe, conheça e participe das sessões e das ações do Poder Legislativo.

Jornal Impresso – Anúncio em preto e branco, 1/4 de página

A peça de jornal foi desenvolvida considerando desde o início as características do meio e, principalmente, a impressão em preto e branco. Por isso, a composição valorizou fotografias com boa definição de rostos, contraste entre claro e escuro, áreas bem separadas e uma hierarquia visual capaz de preservar a leitura mesmo sem o apoio das cores. A presença de diferentes perfis de cidadãos reforça a ideia de participação coletiva e aproxima o conceito “Sua Cidade, Sua Câmara – Pratique a Cidadania” da realidade da população.

A distribuição dos elementos também foi pensada para a leitura rápida típica do jornal, chamada principal, identidade da campanha, imagem da Câmara, convite à participação, canais oficiais e QR Code. Mesmo convertida para tons de cinza, a peça mantém destaque, equilíbrio e legibilidade, demonstrando que a criação não foi apenas adaptada posteriormente, mas concebida para funcionar adequadamente nas condições reais de veiculação do anúncio impresso.

estiverem próximas ao outdoor e puderem realizar a leitura com o celular, ampliando o contato com os canais institucionais. Dessa forma, a peça combina força visual para leitura à distância com uma ferramenta prática de acesso à informação, transparência e participação cidadã.

Estratégia de Mídia e Não Mídia

A presente proposta de Estratégia de Mídia e Não Mídia está estruturada em conformidade com os objetivos de comunicação do anunciante, considerando o equilíbrio entre alcance, frequência e impacto, fundamentada em dados de mercado aferidos por Kantar Ibope Media e em informações consolidadas sobre consumo de mídia no Brasil.

Utilizando os recursos disponíveis de R\$ 30.000,00 para a referida campanha publicitária e após um levantamento geral de informações sobre veículos de comunicação local e regional que possui presença no município, a escolha dos meios buscou contemplar a diversidade de consumo dos públicos-alvo, garantindo amplitude de cobertura e complementaridade entre canais.

Televisão (27,38% do investimento total – R\$ 5.688,00): A TV aberta segue como o meio de maior penetração no Brasil, alcançando 59,8% no consumo de vídeo no país. As inserções serão veiculadas na TV Apiacás Canal 25 emissora local afiliada a RedeTV, totalizando 54 inserções no período planejado.

Rádio (29,53% – R\$ 6.136,00): De acordo com pesquisa Inside Rádio (Kantar, 2023), mais de 80% da população brasileira ouve rádio semanalmente. As 160 inserções distribuídas na grade de programação da Rádio Selva FM 89.5, amplia a frequência e alcançam públicos em deslocamento diário, consolidando a lembrança da campanha.

Jornal Impresso (12,03% – R\$ 2.500,00): Apesar da migração digital, jornais impressos seguem sendo fonte de credibilidade e segmentação. A proposta prevê 1 publicação no Jornal O Porto que circula quinzenalmente na cidade e amplia a visibilidade da campanha publicitária junto aos formadores de opinião, o Jornal O Porto atua de forma presente no município e será uma forte ferramenta utilizada em favor do objetivo proposto.

Internet / Portais de Notícias (23,12% – R\$ 4.803,50): O consumo de notícias online cresce continuamente. Segundo estudo global "In News We Trust", 79% dos brasileiros têm mais interesse nas notícias de sites e 32% procuram notícias na rede até 5 vezes por dia. As 19 inserções distribuídas em portais eletrônicos que atuam na produção de notícias locais e regionais garantem penetração no público jovem-adulto e digital, sendo proposto 5 inserções no Site Notícia em Foco e 14 inserções no Site Jornal MT Norte, o qual levará a mensagem a população.



Não Mídia / Folheto A5 15x20cm (R\$ 650,00 – 7,07% do valor utilizado na produção). Este folheto colorido em formato A5 foi criado para ser uma peça direta, visualmente forte e de fácil compreensão. Seguindo levantamento da empresa Alvo Distribuição, a panfletagem alcança em média 3% a 5% do público interessado. Nesta métrica, do total de 1 mil panfletos disponíveis, só com esta estratégia serão alcançados centenas de pessoas que serão imediatamente impactados com a campanha. O planejamento contempla também a distribuição de panfletos nas escolas, reconhecendo o papel estratégico dos alunos como multiplicadores de informação. Dessa forma, ampliamos o alcance da campanha de forma educativa, participativa, exercendo a cidadania.

Outdoor (4,33% – R\$ 900,00): A mídia exterior contribui com impacto visual e alta frequência. A mídia externa é o terceiro maior meio em investimento publicitário no Brasil, levando em consideração as grandes capitais. A pesquisa do Cenp-Meios, com base em 298 agências de publicidade no Brasil, mostra que o OOH (out of home, ou fora de casa) movimentou R\$ 1,69 bilhão no País, ficando atrás somente da TV aberta (R\$ 8,96 bilhões) e da internet (R\$ 6,6 bilhões) em valor investido. Na realidade local a estratégia de mídia e não mídia foi proposta com a utilização de 1 painel de outdoor por um período de 30 dias.

Internet / Redes Sociais (3,61% – R\$ 750,00). Aproveitando a força virtual da internet e com um investimento de R\$ 750,00, que corresponde a 3,61% do orçamento total da veiculação da campanha, o impulsionamento de R\$ 250,00 no Instagram, R\$ 250,00 no Facebook e mais R\$ 250,00 investidos no Youtube através do tráfego pago, poderão resultar em um total aproximado de mais de 10 mil impressões, ou seja, diversas vezes os internautas poderão se deparar com o post ou o vídeo da campanha nas redes sociais durante os 30 dias de veiculação.

Tática de Mídia

Os critérios técnicos para a seleção dos veículos seguiram parâmetros de afinidade com o público, abrangência geográfica e custo-benefício (CPM, CPP e CPD). A distribuição pensou em maior cobertura possível, para isso utilizando vários veículos de comunicação local/regional possíveis. O investimento foi distribuído de forma proporcional ao consumo de cada meio, otimizando o orçamento. Após levantamento dos veículos disponíveis, foram solicitadas as tabelas e distribuídas de forma estratégica e sintetizada.

Toda a estratégia de comunicação foi planejada considerando as características sociais, econômicas e culturais do município, além dos hábitos de consumo de mídia da população local. A utilização integrada de televisão, rádio, jornal impresso, sites de notícias, redes sociais, outdoors e materiais gráficos permitem que a campanha alcance públicos diversos de forma ampla e eficiente.

A expectativa de alcance da campanha é extremamente positiva, considerando que os veículos escolhidos representam os meios de comunicação mais eficazes, populares e mais utilizados pelos moradores, conforme estudado e

 *Julia Waldovino* 

pesquisado. A forte presença da comunicação digital, somada ao alcance da rádio local, televisão, jornal impresso juntamente com a distribuição física dos materiais, amplia significativamente o potencial de visualização e assimilação da mensagem pela comunidade. A integração entre mídia tradicional e plataformas digitais fortalece ainda mais o alcance da campanha e potencializa o engajamento da população com os canais oficiais da Câmara Municipal de Apiacás.

Dessa forma, a campanha tem potencial para alcançar os objetivos propostos de maneira eficiente e satisfatória, fortalecendo a imagem institucional. Dentro dessa proposta, parte do orçamento da campanha será destinada ao impulsionamento de conteúdo nas plataformas digitais, ampliando significativamente o número de visualizações e impressões das peças publicitárias, permitindo segmentação estratégica do público local e até mesmo regional. Paralelamente, o VT institucional de 30 segundos também será impulsionado no YouTube por meio da plataforma Google, aumentando o alcance audiovisual da campanha e reforçando a divulgação da mensagem junto aos usuários que consomem conteúdo digital diariamente. Essa integração entre publicidade tradicional e mídia patrocinada fortalece a eficiência da campanha e amplia o potencial de engajamento da população.

Plano de Mídia

O cronograma de veiculação proposto terá duração de 30 dias, planejado para o mês de novembro (01 a 30 de novembro de 2026) contempla 354 inserções, publicações, exposições devidamente detalhadas por meio, quantidade, datas e custos conforme simulação.

Com base no valor proposto de R\$ 30.000,00 (trinta mil reais) disponíveis para a campanha, a estratégia desenvolvida conseguiu distribuir de forma eficaz e vantajosa o valor de R\$ 29.977,50.

Produção

R\$ 9.200,00, destinados à produção técnica das peças do VT de 30", Spot de rádio de 30", animação de gif banner, impressão e instalação de lonas de outdoors e impressão de panfletos, o que representou 30,69% do orçamento utilizado.

Veiculação

R\$ 20.777,50 destinados à veiculação da campanha publicitária em rádio, televisão, jornal impresso, sites de notícias, locação de outdoors e tráfego pago, representando o percentual de 69,31% do valor total aplicado.

Ressalta-se que a presente proposta observa rigorosamente os princípios constitucionais da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, assegurando que a comunicação seja estritamente informativa, educativa e de orientação social, conforme disposto no §1º do art. 37 da Constituição Federal.



Parâmetros de Cobertura e Frequência

Os parâmetros de cobertura da campanha foram definidos com base em critérios técnicos e estratégicos, visando garantir a máxima abrangência e efetividade da campanha. A definição apresentada no cronograma de veiculação demonstra uma estratégia técnica equilibrada, pautada na diversificação de meios e na maximização do alcance junto aos diferentes perfis de público. Observa-se a predominância de investimentos em mídia eletrônica o que assegura alta capilaridade e impacto massivo, considerando o forte poder de penetração desses meios na população.

Certamente os parâmetros de cobertura evidenciam uma alocação inteligente e eficiente dos recursos públicos, garantindo amplitude, frequência e diversidade de canais, em conformidade com os princípios da economicidade, eficiência e interesse público, conforme previsto na legislação vigente, especialmente a Lei nº 12.232/2010 e o art. 37 da Constituição Federal.

Resumo Geral do Plano de Mídia:

Período de veiculação, exposição e distribuição	01 a 30 de novembro de 2026
Quantidade de inserções das peças em veículos de divulgação	354 Inserções/Publicações/Exposições
Quantidade de produções	1.004 Unidades
Valor e percentual total da campanha	R\$ 29.977,50 100,00%
Valor e percentual total da produção	R\$ 9.200,00 30,69%
Valor e percentual total da mídia	R\$ 20.777,50 69,31%

Investimentos por meio de comunicação:

Meio	Peças	Quantidade	Percentual	Valor
Meio Televisivo	VT de 30"	54 Inserções	27,38%	R\$ 5.688,00
Meio Radiofônico	Spot de 30"	160 Inserções	29,53%	R\$ 6.136,00
Meio Impresso	Anúncio de Jornal 1/4 Página PB	01 Inserção	12,03%	R\$ 2.500,00
Meio Eletrônico - Sites	Banner Digital 728x90 Pixels	19 Inserções	23,12%	R\$ 4.803,50
Meio Digital - Redes Sociais	Post / VT de 30"	90 Inserções	3,61%	R\$ 750,00
Meio OOH - Mídia Exterior	Outdoor	30 Inserções	4,33%	R\$ 900,00
		354 Total	100,00%	R\$ 20.777,50

Investimentos na produção das peças:

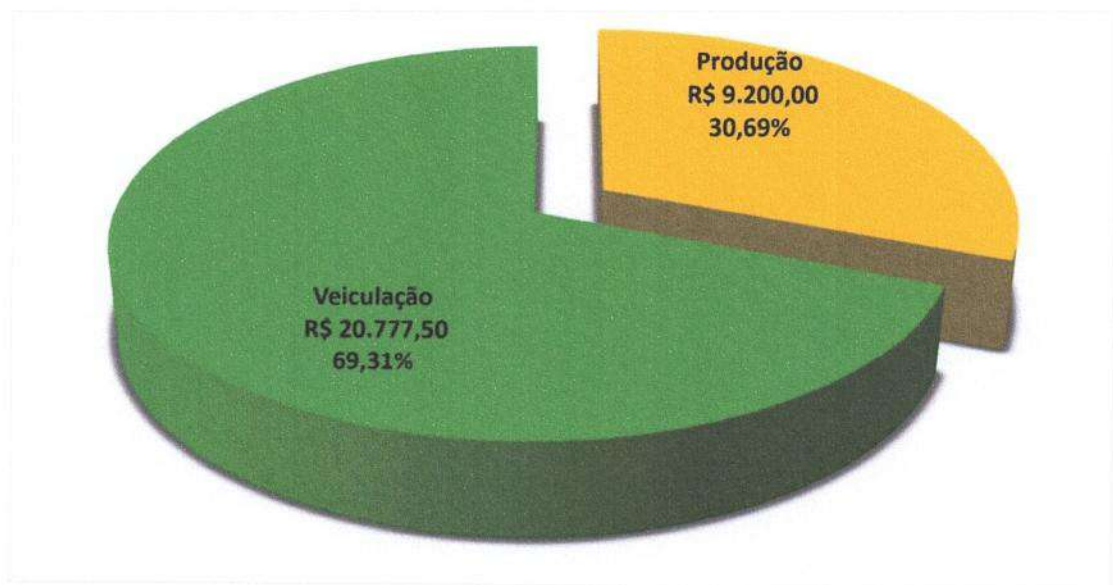
Fornecedor	Peças	Quantidade	Percentual	Valor
Criativa Video Produtora	Produção de Spot de 30"	1 Produção	10,33%	R\$ 950,00
Criativa Video Produtora	Produção de VT de 30"	1 Produção	41,30%	R\$ 3.800,00
Criativa Video Produtora	Animação de Banner Digital	1 Produção	11,96%	R\$ 1.100,00
WS Comunicação Visual	Impressão e Instalação - Outdoor	1 Unidade	29,35%	R\$ 2.700,00
WS Comunicação Visual	Impressão - Panfleto	1.000 Unidades	7,07%	R\$ 650,00
		1.004 Unidades	100,00%	R\$ 9.200,00

Investimentos por veículos de comunicação:

Veículo	Período / Peça Publicitária	Quantidade	Percentual	Valor
TV Apicás Canal 25	01/11 a 30/11 / VT de 30"	54 Inserções	27,38%	R\$ 5.688,00
Rádio Selva FM 89.5	01/11 a 30/11 / Spot de 30"	160 Inserções	29,53%	R\$ 6.136,00
Jornal O Porto	02/11 / 1/4 de Página	01 Inserção	12,03%	R\$ 2.500,00
Site Notícia em Foco	01/11 a 30/11 / Banner 728x90px	05 Inserções	11,66%	R\$ 2.423,50
Site Jornal MT Norte	01/11 a 30/11 / Banner 728x90px	14 Inserções	11,45%	R\$ 2.380,00
Outdoor - WS	01/11 a 30/11 / Outdoor	01 Painel / 30	4,33%	R\$ 900,00
Instagram - Meta	01/11 a 30/11 / Post	30 Dias	1,20%	R\$ 250,00
Facebook - Meta	01/11 a 30/11 / Post	30 Dias	1,20%	R\$ 250,00
YouTube - Google	01/11 a 30/11 / VT de 30"	30 Dias	1,20%	R\$ 250,00
		354 Total	100,00%	R\$ 20.777,50



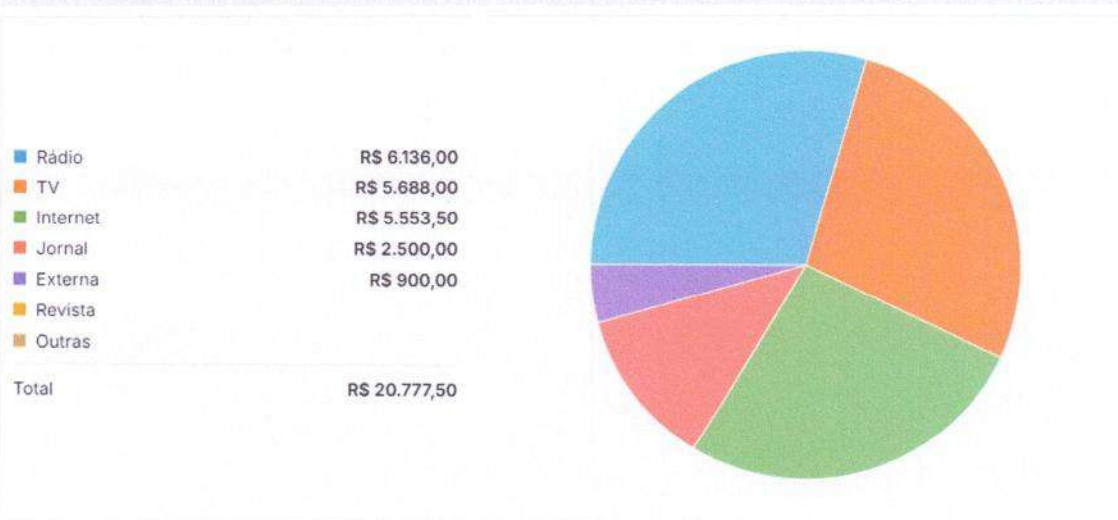
DESCRIÇÃO DOS CUSTOS / PRODUÇÃO E VEICULAÇÃO					
CUSTOS	DESCRIÇÃO	PEÇA	QUANTIDADE	% GERAL	VALOR
Produção	PRODUÇÃO DE VT DE 30"	VT DE 30"	1 PRODUÇÃO	12,68%	R\$ 3.800,00
	PRODUÇÃO DE SPOT DE 30"	SPOT DE 30"	1 PRODUÇÃO	3,17%	R\$ 950,00
	ANIMAÇÃO DE BANNER DIGITAL	BANNER DIGITAL 728X90 PIXELS	1 ANIMAÇÃO	3,67%	R\$ 1.100,00
	IMPRESSÃO E INSTALAÇÃO DE OUTDOOR	OUTDOOR 9X3 METROS	1 UNIDADE	9,01%	R\$ 2.700,00
	IMPRESSÃO DE PANFLETOS	PANFLETO A5 4X0	1.000 UNIDADES	2,17%	R\$ 650,00
	Total de Produção		1.004 UNIDADES	30,69%	R\$ 9.200,00
CUSTOS	DESCRIÇÃO	PEÇA	QUANTIDADE	% GERAL	VALOR
Veiculação	MEIO TELEVISIVO	VT DE 30"	54	18,97%	R\$ 5.688,00
	MEIO RADIOFÔNICO	SPOT DE 30"	160	20,47%	R\$ 6.136,00
	MEIO IMPRESSO	ANÚNCIO DE JORNAL 1/4 PAG	1	8,34%	R\$ 2.500,00
	MEIO ELETRÔNICO - SITES	BANNERS	19	16,02%	R\$ 4.803,50
	MEIO DIGITAL - REDES SOCIAIS	BANNERS / POSTS / VT	90	2,50%	R\$ 750,00
	MEIO OOH - OUTDOOR	OUTDOOR 9X3 METROS	30	3,00%	R\$ 900,00
	Total de Veiculações		543	69,31%	R\$ 20.777,50
Valor Total da Campanha				100,00%	R\$ 29.977,50



Handwritten signatures and initials:
 [Signature] juliano valdivia

Veículo	Nº Doc	Tipo de mídia	Data Início	Data Término	Total da Mídia
TV APIACÁS CANAL 25	411.1	TV	01/11/2026	30/11/2026	5.688,00
RÁDIO SELVA FM 89.5	411.2	Rádio	01/11/2026	30/11/2026	6.136,00
Jornal O Porto	411.3	Jornal	01/11/2026	30/11/2026	2.500,00
SITE NOTICIA EM FOCO - www.noticiaemfoco.com.br	411.4	Internet	01/11/2026	30/11/2026	2.423,50
SITE JORNAL MT NORTE - www.jornalmtnorte.com.br	411.5	Internet	01/11/2026	30/11/2026	2.380,00
WS COMUNICAÇÃO VISUAL	411.6	Externa	01/11/2026	30/11/2026	900,00
INSTAGRAM	411.7	Internet	01/11/2026	30/11/2026	250,00
FACEBOOK	411.8	Internet	01/11/2026	30/11/2026	250,00
YOUTUBE	411.9	Internet	01/11/2026	30/11/2026	250,00
					20.777,50

INVESTIMENTO POR TIPO DE MÍDIA



Julia *Waldriane*

Pedidade Inserção N° 411.1

Contato do Veículo: Wagner Santos Silva

Data: 04/09/2026

Anunciante: **CÂMARA MUNICIPAL DE** Projeto: **CONCORRÊNCIA N° 001/2026**
APIACÁS

Total inserções: 54

A - VT DE 30" - SUA CIDADE, SUA CÂMARA - PRATIQUE A CIDADANIA

[illegible]

Valores Finales

Valor Total: 5.688,00

DADOS DO VEÍCULO: TV APIACÁS CANAL 25
MELO COMUNICACAO LTDA - CNPJ 13.478.480/0001-42
IE 13.845.098-6 IM 11897
CEP 78595000 / Rua Hortencias, N° 85 - Centro / Apiacás / MT
Contato Wagner Santos Silva / tvapiacas2026@gmail.com
Tel. (66) 99613-6252

DADOS DO CLIENTE: CÂMARA MUNICIPAL DE APIACÁS
CÂMARA MUNICIPAL DE APIACÁS - CNPJ
01.327.030/0001-70
E-mail: licitacao@camaraapiacas.mt.gov.br
CEP 78595000 | Avenida Ludovico da Riva Neto, Nº 206 -
Bom Jesus / Apiacás / MT

Pedido de Inserção N° 411.2

Veículo: **RÁDIO SELVA FM 89.5**
Contato do Veículo: **Alito João Zago**

Midia: **Rádico**
Anunciante: **CÂMARA MUNICIPAL DE** Projeto: **CONCORRÊNCIA Nº 001/2026**
APIACÁS

A - SPOT DE 30" - SUA CIDADE, SUA CÂMARA - PRATIQUE A CIDADANIA

[illegible]

Valoris Finals

DADOS DO VEÍCULO: RÁDIO SELVA FM 89.5

DADOS DO VEÍCULO: RÁDIO SELVA FM 89.5

SISTEMA PERFIL DE RADIODIFUSAO LTDA - CNPJ
03.971.576/0001-94

I.E. 13.195.813-5 I.M. 9658

CEP 78595000 / Rua Cianorte, N° 06 - Setor Pioneiro /

Apiacás / MT

Contato Alito João Zago / selvambra@hotmail.com

Tel. (66) 98435-2060

DADOS DO CLIENTE: CÂMARA MUNICIPAL DE APIACÁS

CAMARA MUNICIPAL

01,327,030/0001-70

E-mail: licitacao@camaraapiacas.mt.gov.br

CEP 78595000 / Avenida
Bom Jesus / Aplacas / MT

Pedido de Inserção Nº 411.3

SUA CIDADE, SUA CÂMARA - PRATIQUE A CIDADANIA

Contato do Veículo: **FRANCISCO PINTO DOS SANTOS**

Data: 04/09/2026

Anunciante: **CÂMARA MUNICIPAL DE Projeto: CONCORRÊNCIA N° 001/2026**
APIACÁS

Total inserções: 1

A - ANÚNCIO 1/4 DE PÁGINA - SUA CIDADE, SUA CÂMARA - PRATIQUE A CIDADANIA

[illegible]**Valores Finais**

Valor Total: 2.500.00

DADOS DO VEÍCULO: JORNAL O PORTO

12.125.203 FRANCISCO PINTO DOS SANTOS - CNPJ

12.125.203/0001-93

CEP 78595000 / Rua Japurá, N.º 12 - Setor Pioneiro / Apiacás / MT

/MT

Contato FRANCISCO PINTO DOS SANTOS /

jornal_porto@hotmail.com

Tel. (66) 98433-0634

DADOS DO CLIENTE: CÂMARA MUNICIPAL DE APIACÁS

CAMARA MUNICIPAL DE APIACAS - CNPJ

01.327.030/0001-70

E-mail licitacao@camaraapiacas.mt.gov.br

CEP 78595000 / Avenida Ludovico da Riva Neto, N° 206 -

Bom Jesus / Apiacás / MT

Pedidode Inserção Nº 411.4
SUA CIDADE, SUA CÂMARA - PRATIQUE A CIDADANIA

Veículo: **SITENOTICIA EM FOCO -** Contato do Veículo: **JULIANA RODRIGUES JUNQUEIRA LEAL** Data: **04/09/2026**
www.noticiaemfoco.com.br
Mídia: **Internet** Anunciante: **CÂMARA MUNICIPAL DE PROJETO: CONCORRÊNCIA Nº 001/2026** Total inserções: **5**
APIACÁS

Peças: **A - BANNER 728X90 PIXELS - SUA CIDADE, SUA CÂMARA - PRATIQUE A CIDADANIA**

GRADE A		Praça: APIACÁS									
Peça	Posição	Formato	Tipo	Início	Fim	Inser.	Valor unit.	Custo por	Desc.	Subtotal	B
A	CAFA 1	728X90 PIXELS	GIF	01/11/2026	30/11/2026	5	484,70000	CPD	-	2.423,50	
Subtotal (R\$):										2.423,50	

Valores Finais	DADOS DO VEÍCULO - SITE NOTICIA EM FOCO - WWW.NOTICIAEMFOCO.COM.BR CNPJ 33.349.893/0001-34 CEP 78580000 / RUA INVADELINA ROSA NAZARIO (H-6), Nº 129 - SETOR INDUSTRIAL - Centro / Alta Floresta / MT Contato JULIANA RODRIGUES JUNQUEIRA LEAL
Valor Total: 2.423,50	DADOS DO CLIENTE: CÂMARA MUNICIPAL DE APIACÁS CÂMARA MUNICIPAL DE APIACÁS - CNPJ 01.327.030/0001-70 E-mail: licitacao@camaraapiacas.mt.gov.br CEP 78595000 / Avenida Ludovico da Riva Neto - Nº 206 - Bom Jesus / Apiacás / MT

Juliano

Waldine

Waldine

Waldine

Pedidode Inserção N° 411.5 **SUA CIDADE, SUA CÂMARA - PRATIQUE A CIDADANIA**

Veículo: **SITE JORNAL MT NORTE** - Contato do Veículo: **JOSE VIEIRA DO NASCIMENTO** Data: **04/09/2026**

Mídia: **Internet** Anunciante: **CÂMARA MUNICIPAL DE PROJETO: CONCORRÊNCIA N° 001/2026** Total inserções: **14**

Peças: **A - BANNER 728X90 PIXELS - SUA CIDADE, SUA CÂMARA - PRATIQUE A CIDADANIA**

GRADE A		Praça: APIACÁS									
Peça	Posição	Formato	Tipo	Início	Fim	Inser.	Valor unit.	Custo por	Desc.	Subtotal	B
A	TOP DO SITE	728X90 PIXELS	GIF	01/11/2026	30/11/2026	14	170.00000	CPD	-	2.380,00	
Subtotal (R\$): 2.380,00											

Valores Finais Valor Total: 2.380,00		DADOS DO VEÍCULO: SITE JORNAL MT NORTE - WWW.JORNALMTNORTE.COM.BR JOSE VIEIRA DO NASCIMENTO - CNPJ 37.468.881/0001-80 I.E. 13.143.788-7 I.M. 4982 CEP 78580000 / Rua Ivandellina Rosa Nazario (H-6) , N° 97 - Setor Industrial / Alta Floresta / MT Contato: JOSE VIEIRA DO NASCIMENTO / jornalmtnorte@hotmail.com Tel. (66) 99996-1439
		DADOS DO CLIENTE: CÂMARA MUNICIPAL DE APIACÁS CAMARA MUNICIPAL DE APIACAS - CNPJ 01.327.030/0001-70 E-mail: licitacao@camaraapiacas.mt.gov.br CEP 78595000 / Avenida Ludovico da Riva Neto, N° 206 - Bom Jesus / Apiacás / MT

Julio
Waldirene

Pedidode Inserção N° 411.6
SUA CIDADE, SUA CÂMARA - PRATIQUE A CIDADANIA

Veículo: **WS COMUNICAÇÃO VISUAL DA SILVA** Contato do Veículo: **WELTON SOUZA** Data: **04/09/2026**

Mídia: **Externa** Anunciante: **CÂMARA MUNICIPAL DE APIACÁS** Projeto: **CONCORRÊNCIA N° 001/2026** Total inserções: **30**

Pecais: **A - OUTDOOR - SUA CIDADE, SUA CÂMARA - PRATIQUE A CIDADANIA**

GRADE A		Praça: APIACÁS							
Peça	Produto	Local	Período	Início / Fim	Total inser.	Valor unit.	Desc.	Subtotal	B
A	Outdoor	APIACÁS	Data	(01/11/26) - (30/11/26)	30	30,00	-	900,00	

Valores Finais				Subtotal (R\$): 900,00	
Valor Total:		900,00		DADOS DO VEÍCULO: WS COMUNICAÇÃO VISUAL 63.004.563 WELTON SOUZA DA SILVA - CNPJ 63.004.563/0001-78 CEP 78595000 / Rua São Paulo, N° 6 - Bom Jesus / Apiacás / MT Contato WELTON SOUZA DA SILVA / wscomunicacaovisual2025@gmail.com Tel. (66) 99233-1384 DADOS DO CLIENTE: CÂMARA MUNICIPAL DE APIACÁS CÂMARA MUNICIPAL DE APIACÁS - CNPJ 01.327.030/0001-70 E-mail: licitacao@camaraapiacas.mt.gov.br CEP 78595000 / Avenida Ludovico da Riva Neto, N° 206 - Bom Jesus / Apiacás / MT	

Pedido de Inserção N° 411.7 **SUA CIDADE, SUA CÂMARA - PRATIQUE A CIDADANIA**

Veículo: **INSTAGRAM** Data: **04/09/2026**
 Mídia: **Internet** Anunciante: **CÂMARA MUNICIPAL DE PROJETO: CONCORRÊNCIA N° 001/2026**
APIACAS Total Inserções: **30**

Peças: **A - POST - SUA CIDADE, SUA CÂMARA - PRATIQUE A CIDADANIA**

GRADE A		Praça: APIACAS									
Peça	Posição	Formato	Tipo	Início	Fim	Inser.	Valor unit.	Custo por	Desc.	Subtotal	B
A	POST	POST	JPG	01/11/2026	30/11/2026	30	8.33333	CPA	-	250,00	
Subtotal (R\$): 250,00											
Valores Finais		DADOS DO VEÍCULO: INSTAGRAM DADOS DO CLIENTE: CÂMARA MUNICIPAL DE APIACAS CÂMARA MUNICIPAL DE APIACAS - CNPJ 01.327.030/0001-70 E-mail: licitacao@camaraapiacas.mt.gov.br CEP: 78595000 / Avenida Ludovico da Riva Neto, N° 206 - Bom Jesus / Apiacás / MT									
Valor Total: 250,00											

Julio
Waldine

Pedidode Inserção N° 411.8
SUA CIDADE, SUA CÂMARA - PRATIQUE A CIDADANIA

Veículo: **FACEBOOK**

Data: **04/09/2026**

Mídia: **Internet**

Anunciante: **CÂMARA MUNICIPAL DE PROJETO: CONCORRÊNCIA N° 001/2026**
APIACÁS

Total inserções: **30**

Pecas: **A - POST - SUA CIDADE, SUA CÂMARA - PRATIQUE A CIDADANIA**

GRADE A		Peca: APIACÁS									
Peça	Posição	Formato	Tipo	Início	Fim	Inser.	Valor unit.	Custo por	Desc.	Subtotal	B
A	FEEI	FEED	JPG	01/11/2026	30/11/2026	30	8,33333	CPA	-	250,00	
										Subtotal (R\$): 250,00	

Valores Finais		DADOS DO VEÍCULO: FACEBOOK	
Valor Total	250,00	DADOS DO CLIENTE: CÂMARA MUNICIPAL DE APIACÁS CÂMARA MUNICIPAL DE APIACÁS - CNPJ 01.327.030/0001-70 E-mail: licitacao@camaraapiacas.mt.gov.br CEP 78595000 / Avenida Ludovico da Riva Neto, N° 206 - Bom Jesus / Apiacás / MT	

Julia
valdirine

Pedido de Inserção Nº 411.9 **SUA CIDADE, SUA CÂMARA - PRATIQUE A CIDADANIA**

Veículo: **YOUTUBE** Data: **04/09/2026**

Mídia: **Internet** Anunciante: **CÂMARA MUNICIPAL DE APIACÁS**

Projeto: **CONCORRÊNCIA Nº 001/2026**

Total inserções: **30**

Peças: **A - VT DE 30" - SUA CIDADE, SUA CÂMARA - PRATIQUE A CIDADANIA**

GRADE A		Praça: APIACÁS									
Peça	Posição	Formato	Tipo	Início	Fim	Inser.	Valor unit.	Custo por	Desc.	Subtotal	B
A	VIDEO CAMPANHA PUBLICITÁRIA	VT DE 30"	MP4	01/11/2026	30/11/2026	30	8,33333	CPA	-	250,00	-
Subtotal (R\$): 250,00											
Valores Finais		DADOS DO VEÍCULO: YOUTUBE DADOS DO CLIENTE: CÂMARA MUNICIPAL DE APIACÁS CAMARA MUNICIPAL DE APIACAS - CNPJ 01-327.030/0001-70 E-mail: licitacao@camaraapiacas.mt.gov.br CEP 78950000 / Avenida Ludovico da Riva Neto, Nº 206 - Bom Jesus / Apiacás / MT									
Valor Total		250,00									

Handwritten signatures:
Julia
Waldione



MELO COMUNICAÇÃO LTDA CNPJ:
13.478.480/0001-42 RUA: HORTENCIAS
Nº 85 APIACÁS – MT TELEFONE: (66)
98453-33-73 tvapiacas@gmail.com
nideiascv@gmail.com

Tabela de Preço e Programação 2026 TV APIACÁS (REDE TV canal 25)

-Alcance 15 km da Cidade
-Público alvo de 21 a 40 anos (homens 26% mulheres 74%)

Hora	Programação	Dia	Gênero	30 segundos	60 Segundos	90 Segundos	120 segundos
05:00	Igreja Internacional da Graça de Deus	Seg/Sex	Religião	40,00	80,00	120,00	160,00
08:40	Pagamento Utrafarma	Seg/sex	Variedade	55,00	110,00	165,00	220,00
09:45	Manhã com Ronnie	Seg/sex	Entretenimento	70,00	140,00	210,00	280,00
10:30	Vou te contar	Seg/sex	Variedades	75,00	150,00	225,00	300,00
13:00	Igreja Internacional da Graça de Deus	Seg/Sex	Variedades e Religião	70,00	140,00	210,00	280,00
15:00	A Tarde é Sua	Seg/sex	Entretenimento	75,00	150,00	225,00	280,00
18:00	Alerta Nacional	Seg/sex	Jornalismo	80,00	160,00	280,00	320,00

HORA	PROGRAMAÇÃO	DIA	GÊNERO	MERCHAN 30SEG	MERCHAN 60SEG	MERCHAN 90SEG	MERCHAN 120SEG
12:00	Fala Cidade	Seg/Sex	Jornalismo - Local	317,00	417,00	617,00	950,00

-Data de validade 01/04 a 30/12 de 2026

MELO
COMUNICACAO
LTDA:13478480
000142

Assinado de forma digital por MELO COMUNICACAO
LTDA:13478480000142
Dados: 2026.04.09 15:49:33 -04'00'

WAGNER SANTOS
SILVA:88121429153

Assinado de forma digital por WAGNER SANTOS SILVA:88121429153
Dados: 2026.04.09 15:51:23 -04'00'

MELO COMUNICAÇÃO LTDA

13.478.480/0001-42

Julia
Waldiane



**Selva FM - SISTEMA PERFIL
DERADIODIFUSÃO LTDA.**

CNPJ: 03.971.576/0001-94 IE: 131958135

selvamtbr@hotmail.com / selvafmbr@hotmail.com

Rua: Rua Cianorte, 06 , setor pioneiro, Apiacás – MT CEP:
78595-000

Celular: (66) 9 8435-2060 (Ailton João Zago)
(66) 9 8435-0384 (Iara Mantovani Zago)

**TABELA DE PREÇO –
vigente até 31/12/2026**

Segundos	Gravado Valor (R\$)	Testemunhal Valor (R\$)
15s	19,17	24,50
30s	38,35	49,00
45s	57,52	73,50
60s	76,70	98,00

A proposta de inserções se refere ao horário de sistema rotativo das 05h00min as 23h00min. No valor determinado acrescentar mais 20%.

03.971.576/0001-94

Sistema Perfil de Radiodifusão

Rua Cianorte ,06 Apiacás -MT

78595-000

Fundada em 12/10/2008 a empresa Sistema Perfil de Radiodifusão (Selva FM) é uma radio comercial com outorga aprovada pelo ministério das comunicações e vem desenvolvendo um notável trabalho no ramo da comunicação regional do extremo norte do Estado do Mato Grosso, tendo como fator primordial a excelência em levar o entretenimento, noticiário e arranjos culturais ao público localizado em uma vasta área de **cobertura territorial situado nas regiões de Apiacás, Nova Monte Verde, Nova Bandeirantes, Japuranã, Trivelato, São José do Apuy, Assentamento São Pedro (Paranaita), além de municípios como Juara (Paranorte), Alta Floresta e demais localidades** enquadradas no raio de alcance do sinal enviado, sem dizer no campo de ouvintes atingidos pela transmissão via Internet através de nosso site (www.selvafm.com.br).



12.125.303 Francisco Pinto dos Santos

CNPJ: 12.125.203/0001-93 - Apicás-MT

ANO XXIX (Desde dezembro 1997) – Site (www.jornalporto.com.br) desde fevereiro 2013

Apicás, 26 de agosto de 2026

Prezado senhor

Em primeiro lugar cumprimento Vossa Senhoria e seus colaboradores que lutam por uma comunicação cada vez melhor.

Segue preço tabela em atendimento ao seu pedido,

- ✓ Item 11.4.3.3 do edital “Jornal arte e anúncio ¼ de página” (espaço 14 cm x 10,5 cm) = **R\$2.500,00** (dois mil e quinhentos reais); Sendo duas edições por mês = **R\$5.000,00**;
- ✓ Jornal circulação quinzenal. Tiragem 500 exemplares. Distribuição criteriosa na cidade com jornaleiro, com supervisão efetiva do diretor. Média de 4 horas de serviço na distribuição do jornal;
- ✓ É de praxe, coloco no site os PDF do Jornal e compartilho em grupos de WhatsApp da cidade e também no meu face book.

Abraço cordial,



Francisco Pinto dos Santos - Diretor de empresa Jornalística DRT N°. 0000016/MT

EXPEDIENTE — **Razão Social:** 12.125.203 Francisco Pinto dos Santos, CNPJ 12.125.203/0001-93. Bel. Francisco Pinto dos Santos – jornalista: registros no Ministério do Trabalho e Emprego “MTE”, registro N° 0002163/MT e Diretor de Empresa Jornalística N° 0000016/MT. Ambos registros amparados pela Lei 972, de 17/10/1969 e Decreto N° 83.284, de 13/03/1979. Formação: Bacharel em Administração de Empresas. Cel. WhatsApp (66) 98433-0634. Endereço: Rua Japurá, 12, Setor Pioneiro - Apicás-MT. E-mail: jornal_porto@hotmail.com – Circulação quinzenal. **Tiragem 500 exemplares** – Impressão: Gráfica União Alta Floresta-MT 66 3521-3232. Jornal impresso desde 12/1997 e site desde 02/2013. Os artigos publicados são de responsabilidade de seus autores. Acesse diariamente: www.jornalporto.com.br

Nota: “O Porto Cachoeira Rasteira” – refere-se a divulgar o futuro Porto Fluvial na Cachoeira da Rasteira, no Rio Teles Pires. Um projeto lançado pela Colonizadora INDECO – no início do povoado de Apicás (novembro/1983).



Júlio
Waldirene



O NOTÍCIA EM FOCO

Fundado em 2019, o Notícia em Foco nasceu com o compromisso de fortalecer o bom e verdadeiro jornalismo, em um cenário onde a informação de qualidade se tornou cada vez mais essencial para a sociedade.

Desde o início, o site se destaca pela imparcialidade, responsabilidade e ética jornalística, priorizando sempre a apuração cuidadosa dos fatos e o respeito ao leitor. Cada conteúdo publicado é produzido com base em informações precisas, verificadas e confiáveis, garantindo credibilidade e transparência.

O Notícia em Foco tem como missão levar ao público notícias claras e verdadeiras, contribuindo para a formação de uma opinião consciente e bem informada. Mais do que informar, o portal busca esclarecer, contextualizar e dar voz aos fatos, sem distorções ou interesses ocultos.

Ao longo dos anos, consolidou-se como uma fonte segura de informação, reafirmando diariamente seu compromisso com o jornalismo sério, independente e responsável, sempre colocando o leitor no centro da notícia.



www.noticiaemfoco.com.br

O Notícia em Foco é um produto de:
E. DIGITAL COMUNICAÇÃO - J.R. JUNQUEIRA LEAL
CNPJ nº 33.349.893/0001-34
Endereço: Rua Irandelina R. Nazário, 129 - CEP nº 78.580-000
Alta Floresta (MT)

TABELA de PREÇOS

Formato	Tamanho	Diário	Semanal	Quinzenal	Mensal
Capa 1	970x90	R\$ 484,70	R\$ 3.392,90	R\$ 7.270,50	R\$ 14.541,00
Capa 2	970x90	R\$ 426,00	R\$ 2.982,00	R\$ 6.390,00	R\$ 12.780,00
Capa 3	970x90	R\$ 410,00	R\$ 2.870,00	R\$ 6.150,00	R\$ 12.300,00
Topo	728x90	R\$ 623,00	R\$ 4.361,00	R\$ 9.345,00	R\$ 18.690,00
Capa A	298x275	R\$ 314,00	R\$ 2.198,00	R\$ 4.710,00	R\$ 9.420,00
Capa B	298x275	R\$ 271,60	R\$ 1.901,00	R\$ 4.074,00	R\$ 8.148,00
Video	300x160	R\$ 585,90	R\$ 4.101,00	R\$ 8.780,50	R\$ 17.577,00
Publieditorial	Até 2 laudas				R\$ 2.290,00

Informações adicionais

- * Site responsivo;
- * A Comissão da Agência já está incluída nos valores da presente tabela;
- * O espaço para publicidade em vídeo (300x160) está relacionado à exibição na página principal deste site. Contudo, o material será visualizado de acordo com a plataforma utilizada pelo cliente;
- * Full Banner no formato GIF
- * Peso máximo: 100 kb;
- * Entregar o material com no mínimo 24 horas antes do início da veiculação;

Validade desta tabela de valores
Janeiro a Dezembro de 2026.

Observações

- Informamos que a tabela de valores não sofreu reajustes para o exercício de 2026.



Handwritten signatures: Vb, Juliano, valdine

MATO GROSSO

ONLINE DO NORTE

Tabela de preço

Opção 01 - Full banner (728x90px) – na página principal do portal (TOPO DO SITE)
Diária: R\$ 170,00

Opção 02 - Banner Lateral 1 (300x250px) – Primeiro banner (Topo lateral direito capa + editorias) - Diária: R\$ 130,00

Opção 03 - Banner Lateral 2 (300x600px) – Segundo banner (Banner lateral direito ao lado das matérias) - Diária: R\$ 140,00

Opção 04 - Banner Central 1 (728x90px) - Na página principal do portal (Destaque do site) - Diária: R\$ 170,00

Opção 05 – Banner central 2 (870x90px) - Na página principal do portal (Parte superior do site) - Diária: R\$ 120,00

Opção 06 – Mega Banner (1190x250px) - Na página principal do portal (Parte central do site) - Diária: R\$ 150,00

WWW.JORNALMTNORTE.COM.BR

José Vieira do Nascimento

José Vieira do Nascimento
Diretor e editor responsável

CNPJ 37 468 881/0001-80
JOSÉ VIEIRA DO NASCIMENTO ME
Rua Ivandeline Rosa Nazário nº 97
CEP 78.580-000
Alta Floresta MT



Rua Ivandeline Rosa Nazário, 97 - Alta Floresta – MT – Fone: (0xx66) 3521-6406
Cep: 78.580-000 – www.jornalmtnorte.com.br – mtnorte@terra.com.br

Julio
Waldirene



CLIENTE:
ENDEREÇO:
CIDADE: **APIACÁS - MT**
CPF/CNPJ: . . .
INS. EST./RG: . . .
TELEFONES: . . .

Caro(a) Cliente,

Conforme solicitado, fazemos uso do presente para encaminhar o orçamento dos produtos e serviços requisitados. Nos colocamos à disposição para qualquer esclarecimento que se fizer necessário e esperamos poder concretizar o pedido brevemente.

Itens	Tipo de serviços
1	PRODUÇÃO DE 1.000 PANFLETOS 4X0 15X21CM (A5) PAPEL COUCHÊ 150GR R\$ 650,00 OBS 15 DIAS P/ PRODUÇÃO IMPRESSÃO E INSTALAÇÃO LONA OUTDOOR 9X3 METROS 440G TRAMA 1000X1000 R\$ 2.700,00 LOCAÇÃO DE OUTDOOR 9X3 METROS, MENSAL R\$ 900,00 CNPJ 63.004.563-0001-78 WS COMUNICAÇÃO VISUAL RUA SÃO PAULO Nº206 BAIRRO BOM JESUS APIACÁS - MT 78595-000 <i>W. M. Souza do Silveiro</i>

CONDIÇÕES GERAIS

VALOR TOTAL	
DATA DE ENTREGA	
VALIDADE PROPOSTA	

FORMA DE PAGAMENTO

obs:

ASSINATURA DO CLIENTE:

WS COMUNICAÇÃO VISUAL - CNPJ 63.004.563-0001-78
RUA SÃO PAULO Nº206 BAIRRO BOM JESUS AO LADO DA PRAÇA MUNICIPAL
APIACÁS - MT

99233-1384
98125-8720



Horários de Atendimento
Segunda as Sextas - Faltas
Das 7:30 h. as 16:00 h

Julia
rubdirani



CRIATIVA VÍDEO PRODUTORA

CNPJ: 27.294.007/0001-10
Av. Teles Pires nº4216
Bairro: São José Operário
WhatsApp 66 9-9219-0393
e-mail: criativavideoprodutora@gmail.com

Alta Floresta – MT
CEP: 78580-000
Fone: 66 3521-1208

ORÇAMENTO

Produção de VT Institucional (30")

- Formatos: Horizontal e Vertical
- Desenvolvimento conforme roteiro
- Captação de imagens
- Edição profissional + finalização
- Tratamento de cor e áudio

Investimento: R\$ 3.800,00

Produção de Spot Institucional (30")

- Produção completa de áudio
- Locução (se necessário)
- Trilha sonora + edição

Investimento: R\$ 950,00

Animação de GIF Banner (4 telas)

- Qualquer dimensão
- Animação conforme identidade da campanha
- Entregas otimizadas para mídia digital

Investimento: R\$ 1.100,00

TOTAL

R\$ 5.850,00

Visite nosso site: www.criativavideoprodutora.com.br

Julia
rebelião

✓ Julia
Waldmann