

A GENTE É FESTA.

Pernambuco, meu país no Carnaval

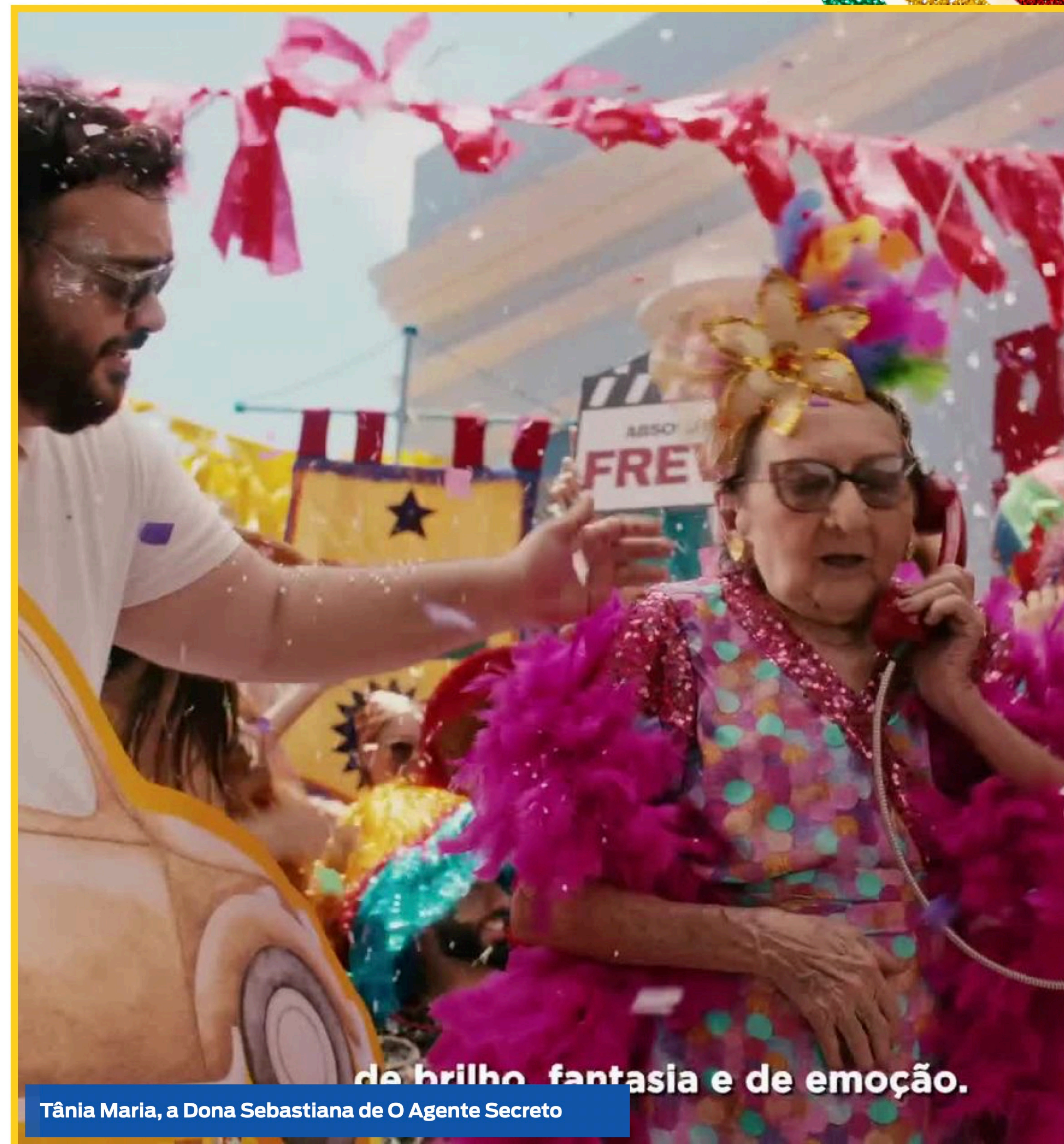
O mundo olhava para Pernambuco por causa de **O Agente Secreto**. A campanha trouxe Tânia Maria, a Dona Sebastiana do filme, para dizer que a gente é festa. A mídia usou esse holofote como um país usa o seu: convidar lá fora, receber na fronteira e fazer o povo se ver em cada canto do território.

CONTEXTO E DESAFIO

Pernambuco nunca esteve tão na tela. O desafio era transformar esse holofote em viagem, a tempo da compra da passagem, e fazer o pernambucano se ver na festa em todo o estado, não só em Recife e Olinda.

22.01.2026

A campanha estreou no dia do anúncio das indicações ao Oscar.



de brilho, fantasia e de emoção.

Tânia Maria, a Dona Sebastiana de O Agente Secreto

A OPORTUNIDADE

22.01.2026

Dia do anúncio das indicações ao Oscar.

Dia da estreia da campanha.

Filmado no Recife, O Agente Secreto chegou a quatro indicações ao Oscar, depois de dois Globos de Ouro. A mídia foi desenhada para estreiar exatamente nesse dia: a campanha foi lançada com o filme de 60" no **Jornal Nacional de Recife, Caruaru e Petrolina**. Enquanto o Brasil falava do Oscar, Pernambuco já dizia: a gente é festa.

4

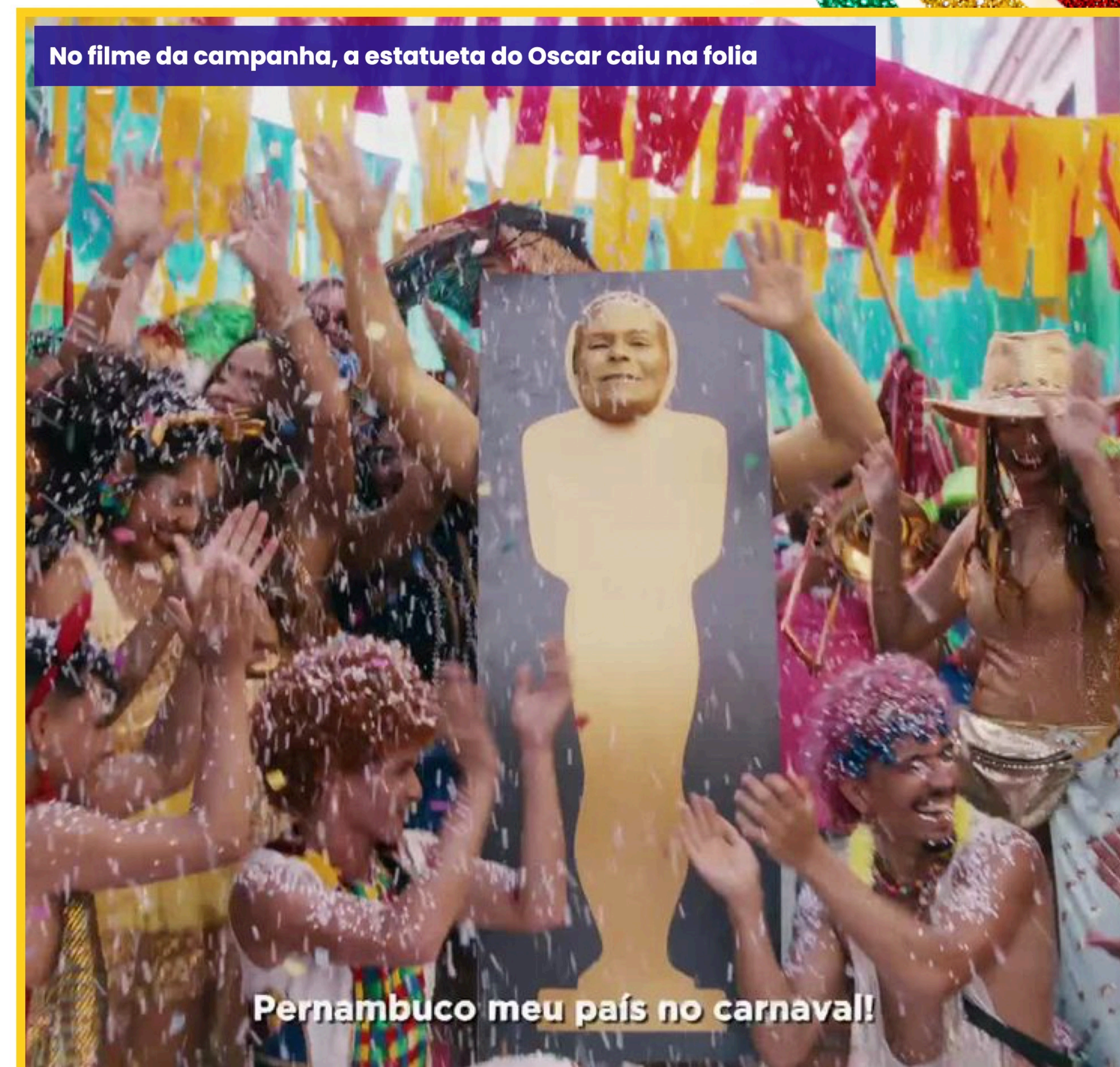
indicações ao Oscar

2

Globos de Ouro

834.997

impactos no JN das 3 praças de PE, na estreia



JANEIRO

O Agente Secreto conquista dois Globos de Ouro



21/01 - 22H10

VT de 60" enviado por Globo Express às três praças da Globo em PE



22/01

Indicações ao Oscar + estreia no Jornal Nacional



JAN → FEV

Convite nos mercados emissores e recepção nos aeroportos



12 A 17/02

Carnaval: 2,8 milhões de turistas em Pernambuco

Uma mídia de país.

Três movimentos que seguem a jornada do visitante e do morador.

01

CONVIDAR

JANEIRO • FORA DO ESTADO

- TV Globo em 18 praças de SP, RJ e DF
- GloboNews, SporTV, Multishow, GNT e CNN no país
- Digital em 10 estados: CTV, YouTube, Meta, TikTok, Kwai, Tinder e Spotify
- Trade turístico: Mercados & Eventos

Alcance e frequência na janela de compra da passagem.

02

RECEBER

FEVEREIRO • NAS FRONTEIRAS

- Congonhas: divisórias digitais no embarque e no desembarque
- Brasília: circuito digital no aeroporto
- Recife: túnel de LED na chegada
- Fusca instagramável inspirado no filme
- Adesivos no aeroporto e no TIP

A fronteira virou mídia: o visitante é recebido na hora em que chega.

03

PERTENCER

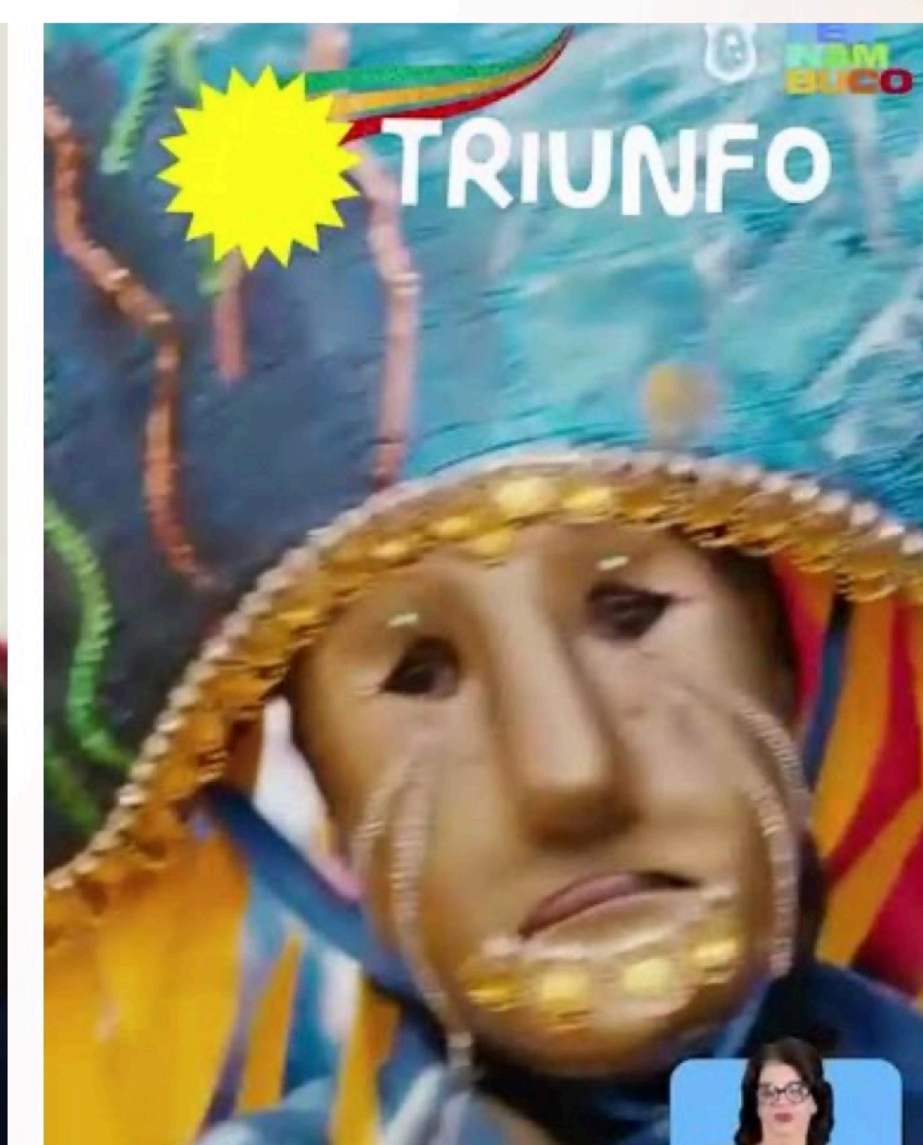
JAN-FEV • 46 MUNICÍPIOS DE PE

- Globo Recife, Caruaru e Petrolina, Guararapes, TV Jornal, Tribuna e TV Pernambuco
- Rádio em 36 cidades • outdoor nas BRs 101 e 232 e nos polos
- DOOH: relógios, Tembici, MUDE, ônibus, shoppings e elevadores
- Cinema em 22 shoppings

Versões de 15" por polo: cada cidade se viu no filme. Tudo com Libras.

Cada polo se viu no filme.

Versões de 15" regionalizadas para as redes sociais e o WhatsApp.



OS RESULTADOS

O Carnaval que a gente convidou.

2,8 mi

visitantes no Carnaval, acima da meta de 2,5 milhões

R\$ 3,7 bi

de receita estimada na economia pernambucana

97,8%

de ocupação hoteleira no período do Carnaval

01 CONVIDAR

o convite foi aceito

80,77%

dos visitantes vieram motivados pelo Carnaval

+300 mil

visitantes acima da meta do estado

13,6 mi

impactos de TV em 18 praças fora de PE

02 RECEBER

a fronteira encheu

502 mil

passageiros no Aeroporto do Recife, +9,4% sobre 2025

~10%

a mais de voos no período

3,7 dias

de permanência média do visitante

03 PERTENCER

o país se reconheceu

90,95%

afirmam que Pernambuco é referência no Carnaval

89%

pretendem voltar a Pernambuco em outras épocas do ano

18,1 mi

impactos de TV em Recife, Caruaru e Petrolina

E A MÍDIA ENTREGOU

| 255 inserções de TV, 100% exibidas: 32,7 mi impactos | Digital: 15,3 mi impressões e 1,75 mi views entregues

A MÍDIA EM NÚMEROS

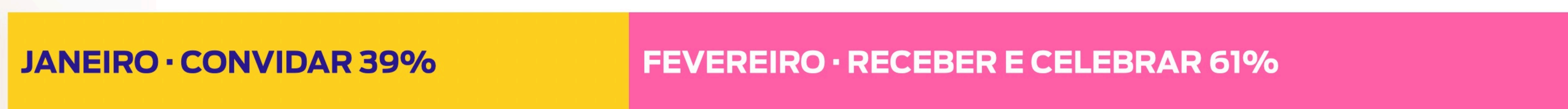
Onde o investimento trabalhou.

DISTRIBUIÇÃO DO INVESTIMENTO EM MÍDIA



TV aberta, regional e fechada • OOH e DOOH em rodovias, polos, mobilidade, shoppings, elevadores, cinema e aeroportos • Rádio 4,3% • trade 0,7%

INVESTIMENTO POR FASE



O peso de janeiro coincide com a janela de compra de passagens; fevereiro concentra a recepção e a celebração.

EFICIÊNCIA

~11%

do valor de tabela: cinema em 22 shoppings

1 filme

desdobrado em 60", 30", 15" por polo e 10" sem som para DOOH



ENTREGA DE MÍDIA

10

estados no digital

3

aeroportos como fronteira

46

municípios de PE

36

idades com rádio

500+

telas e faces DOOH

22

shoppings com cinema

15,3 mi

impressões digitais entregues

100%

dos filmes com Libras