

Plano Comercial

# RE POR TER



# Globo Repórter

O Globo Repórter conta com uma narrativa curiosa e investigativa, sempre buscando histórias de vida inspiradoras, inovações tecnológicas e os fatos relevantes do Brasil e do Mundo.



**400%**  
maior que a audiência da emissora segunda colocada na faixa horária



TV FRONTEIRA

## Resumo do projeto

**Mercado:** local

**Período:** de 07 março a 12 dezembro\*

**Faixa horária:** 22h35 inédito (sextas-feiras)  
06h45 reprises (domingos)

**Sigla:** REPO (inéditos), GREP (reprises)

**Novo modelo de comercialização com cotas locais.**

**Quantidade de cotas:** 01

**Tipo de cota:** Local

**Mercado:** PRP

**Aproveitamento (\*) no programa de sexta (inédito) e no programa de domingo (reprise):**

- Vinheta de abertura
- Vinheta de encerramento

**Investimento (4 semanas):** R\$ 8.274,00

Válido para compras realizadas até 30/06/2025

\* Inserções obrigatórias na exibição inédita (22h35) as sextas-feiras e reprise aos domingos (06h45)

TAGS:

Globo Repórter

Jornalismo

Cota local

# Milhares de marcas bombardeiam os consumidores diariamente

em todas as telas, nas ruas, nos produtos e serviços que consumimos e usamos.

Estudos indicam que a publicidade precisa capturar a atenção por pelo menos **2,5 segundos** para ter impacto na memória de longo prazo e na construção de marca.

Em média, cada segundo de atenção ativa gera **3 dias de memória**. Porém, **85% dos anúncios não alcançam 2,5 segundos de atenção ativa**.

E, quando os anúncios não atingem esse tempo, é difícil para a marca criar memória na lembrança do consumidor



Sem atenção, não há memória.  
Sem memória, não há marca.

## A TV É UMA POTÊNCIA DA ATENÇÃO



**Maior  
Capacidade De  
Imersão**

(tamanho de tela e  
experiência sonora)

**Menor  
Distração**

(o que acontece ao  
redor do anúncio)

**Maior  
Visibilidade**

(sempre exibe 100%  
dos pixels, em 100%  
de cobertura da  
tela, 100% do  
tempo)

**Maior  
Qualidade Dos  
Criativos**

(TV é destino dos  
melhores criativos)

**Maior Qualidade  
Do Conteúdo**

(programação  
premium)

TUDO ISSO VOCÊ  
ENCONTRA NO  
ECOSSISTEMA  
**GLOBO**

# Plano de Patrocínio

Globo Repórter 2025



O plano de patrocínio do **Globo Repórter** oferece aos anunciantes uma forte e positiva **associação com atributos do programa**. Uma parceria de sucesso entre o programa e o anunciante.



O projeto conta com uma cota local, que permite associação com o programa, criando uma relação direta entre a marca do anunciante e o público local, através das vinheta de abertura e de encerramento, exibidas no programa inédito (às sextas-feiras) e na reprise (aos domingos).

# Globo Repórter

Credibilidade,  
relevância e muita  
informação!

O Globo Repórter conta com uma narrativa curiosa e investigativa sempre buscando histórias de vida inspiradoras, inovações tecnológicas e os fatos relevantes do Brasil e do Mundo.



**+ 57 MIL**

telespectadores  
em média  
acompanham  
o programa no  
Oeste Paulista



**400%**

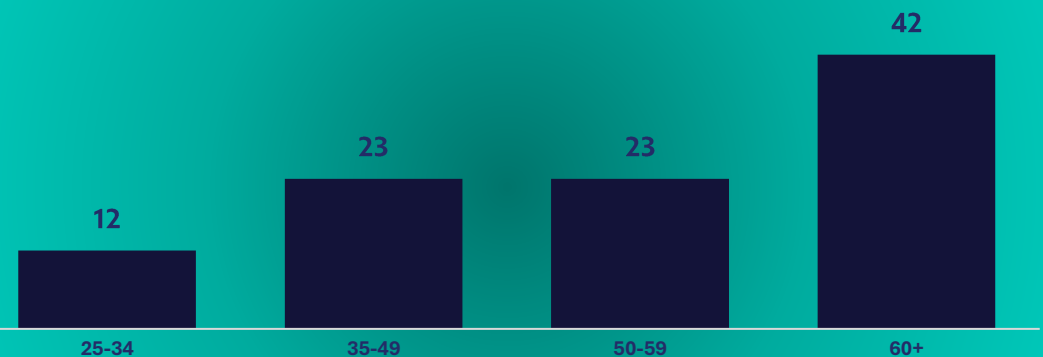
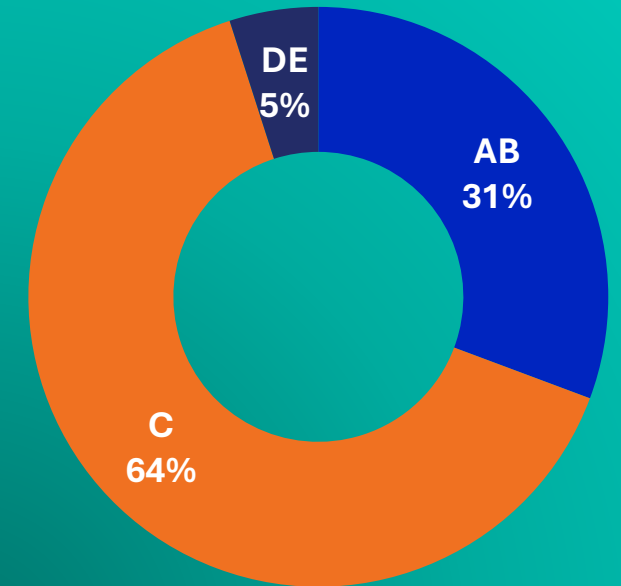
maior em  
audiência que a  
emissora segunda  
colocada na faixa  
horária



**67%**



**33%**



Oportunidade  
no intervalo  
comercial



# Mídia avulsa

Globo Repórter 2025



Dia/horário: **Sextas – Feiras** 22h35 (inédito)

Duração: 45”

Sigla: REPO

Dia/horário: **Domingos** 06h45 (reprise)

Duração 45”

Sigla: GREP

Preço de 30” : Conforme lista de preços vigente

Coefficiente de 15” : 0,50

Gênero: Jornalismo





# Patrocínio Local

# Resumo das entregas

Globo Repórter 2025



Patrocínio  
2025

**Período:** de Março a Dezembro 2025

**Tipo de cota:** Local

Exibições:

Sextas-feiras 22h35 inédito (REPO)

Domingos 06h45 reprise (GREP)

Datas e horários sujeitos a alteração, sem prévio aviso.

\* O programa está cancelado nos dias 12 e 26 de Setembro, em função da estratégia de programação.

**QUANTIDADE DE COTAS:** Exclusiva

**TIPO DE COTA:** Mercado Local - PRP

**PLANO DE INSERÇÕES POR EXIBIÇÃO (\*):**

• **OPÇÃO 1:**

1 vinheta patrocinada abertura de 5" + 1 vinheta patrocinada encerramento de 5"

• **OPÇÃO 2:**

1 vinheta patrocinada abertura de 7" + 1 vinheta patrocinada encerramento de 7"

• **OPÇÃO 3:**

1 vinheta patrocinada abertura de 3" + 1 vinheta patrocinada encerramento de 3" + 1 comercial de 10"

**PERÍODO MÍNIMO:** 8 semanas

**PREÇO DA COTA (4 SEMANAS):** R\$ 8.274,00

Obs. Valores para as exibições do programa inéditos, as sextas-feiras e reprises, aos domingos.

\* Inserções obrigatórias na exibição inédita (22h35) as sextas-feiras e reprise aos domingos (06h45). O patrocinador poderá escolher entre as entregas de 5", 7" ou 3" + 10", sem alteração no preço. Para as praças de PRP e BAU a comercialização deverá ser realizada até o mês de agosto/25

# Observações comerciais

1. O preço da cota é fixo, válido para compras realizadas até 30/06/2025, independentemente da data de exibição.
  - a) Comercializações superiores a 12 meses poderão sofrer alteração de preços do 13º mês em diante.
2. Eventuais alterações de preços serão informadas e válidas apenas para cotas não comercializadas.
3. O pagamento deverá ser feito até o dia 15 do mês subsequente ao de veiculação.
4. A Globo poderá desenvolver outras oportunidades comerciais (cotas extras de patrocínio, top de 5 segundos, cota de participação, quadros etc.) ligadas ao programa. Essas oportunidades não poderão ser comercializadas para concorrentes do patrocinador deste projeto.
5. Dias e horários de exibição do programa estão sujeitos a alteração.
6. As renovações dos patrocínios deverão ser informadas até 30 dias antes da última veiculação contratada. Após este prazo, deixa de existir a prioridade, ficando a cota disponível para negociação com outro anunciante.
7. A aquisição mínima estabelecida para compra/renovação deverá ser consultada o atendimento comercial. Obs.: para comercialização a partir de 8 semanas, prioridade de renovação de 30 dias antes do término do contrato; períodos inferiores a esse não haverá prioridade de renovação.
8. Após a comercialização o anunciante terá no máximo 30 dias para entrar com os materiais para exibição, e não poderão ser feitas comercializações com prazos maiores que este para início das entregas.
9. Não existe posicionamento especial para exibição dos comerciais que fazem parte dos planos de patrocínio, exceto quando mencionado.
10. O patrocínio do programa não bloqueia a venda de comerciais avulsos nos intervalos, inclusive para concorrentes.

11. As caracterizações dos patrocínios (abertura, encerramento, vinheta de passagem, chamadas) da programação de linha deverão seguir as seguintes orientações:

## VÍDEO:

- Duração de 3, 5 ou 7 segundos de imagens com movimento.
- Não serão permitidas imagens de atores com movimentos labiais.
- O material não poderá apresentar mais do que uma marca/produto.
- Caso o programa seja patrocinado por uma linha de produtos, as imagens não poderão dar destaque a nenhum produto particularmente; a ênfase deve ser apenas na linha de produtos.

## ÁUDIO\*:

- 3 segundos: máximo de 4 palavras .
- 5 segundos: máximo de 10 palavras.
- 7 segundos: máximo de 12 palavras.
- Identificação do patrocinador ou marca no início do texto.
- Se mais de uma palavra for usada para designar uma marca ou produto, serão contabilizadas individualmente.
- Caso o texto apresente números ou siglas, estes serão computados por elementos, isoladamente.
- Se o programa for patrocinado por linha de produtos, poderá haver menção apenas da linha de produtos.

\*A validação é feita com o cronômetro.

# Observações comerciais

12. Não será aceita multiplicidade nas caracterizações.

13. Para os programas com cotas Mercado Nacional, a Globo está aberta à análise de novas alternativas comerciais. Nessa situação, se a vinheta tiver duração de 10 segundos, poderá apresentar o máximo de 20 palavras.

14. Os patrocinadores poderão fazer ofertas e promoções, tanto em áudio quanto em vídeo, nas vinhetas caracterizadas (abertura, encerramento, chamada, passagem, bloco, etc.). A duração deve ser igual ou superior a 5 segundos, desde que respeitada a seguintes condições:

- Áudio: Locução com citação do valor da oferta e/ ou menção específica da promoção.

- Vídeo: Possibilidade de mostrar explicitamente preço/oferta na tela, (informação vazada sobre fundo original do material, sem tarja ou fundo específico).

15. Cabe ao patrocinador arcar com os custos de envio dos seus materiais através dos players homologados pela Globo. Para mais informações consulte a Lista de Preços.

16. O programa pode ter projetos especiais comercializados, na TV e/ou no Digital, que não bloqueiam o patrocínio.

18. Deverão ser emitidas autorizações distintas em relação à mídia TV Globo, Digital e Globosat.

19. O plano de veiculação segue orientações estabelecidas pelo Manual de Práticas Comerciais, Manual de Formatos, Lista de Preços e Código de Ética e Conduta do Grupo Globo.

20. O uso de vinhetas e comerciais para diferente produtos, deverá seguir a regra do Manual de Práticas Comerciais, que estabelece que os produtos devem ser da mesma categoria.

