

BOM DIA SÁBADO

Plano de patrocínio 2025

Para
começar o
final de
semana bem
informado



Bom Dia Sábado

chega para destacar a relevância que a Globo atribui às notícias de cada região do Brasil.

Com produção em São Paulo e ancorado por **Marcelo Pereira** e **Sabina Simonato**, o programa contará com a participação ao vivo de jornalistas de diversas cidades, que trarão comentários sobre as notícias regionais.

TAGS: Novidade Jornalismo Localismo

Nome: Bom Dia
Sábado
Formato:
Programa de linha



Estreia
Fevereiro/
2025

Sigla: BOMS
Gênero: Jornalismo
Dia: Sábados
Horário: 6:50*
Duração: 60'
Coefficiente 15'': 0,5

RESUMO DO PROJETO | COTAS

Tipo de cota: Local

Quantidade de cotas: 03

Período mínimo de compra: 8 semanas

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

A TV é uma powerhouse 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 do conteúdo

(programação premium)

Maior qualidade dos criativos

(TV é destino dos melhores criativos)

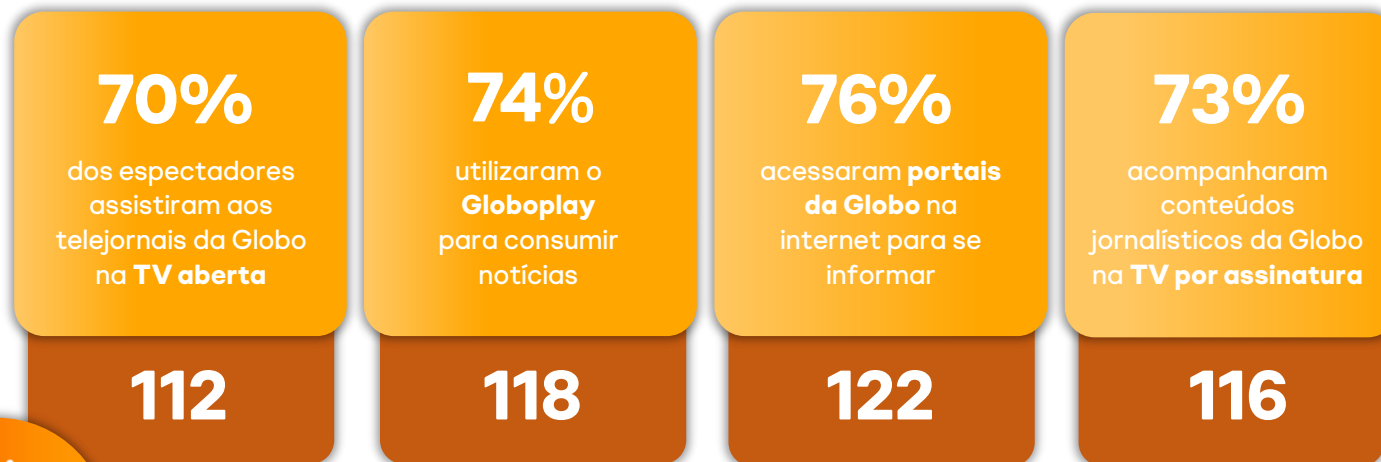
**TUDO ISSO
VOCÊ
ENCONTRA NO
ECOSSISTEMA
GLOBO**



O jornalismo da Globo é referência indiscutível no Brasil.

Referência de altos índices de audiência e influência nacional nos diversos meios em que está presente.

Espectadores Globo & Consumidores de notícias



Além dos altos índices de afinidade em todos os meios

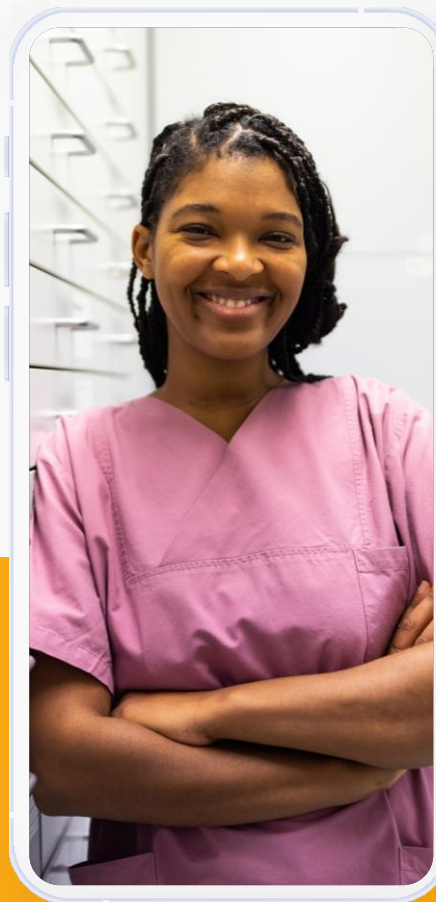
Sábado é um momento para se relacionar com a casa sem a pressão da semana.

“Mood” do sábado de manhã dos brasileiros

Resolver o que precisa ou o que ficou pendente da semana que passou;



É um momento de tarefas domésticas, feira, academia, cuidar do carro.



Para quem **trabalha**, é mais um dia de obrigações, mas não deixa de ser sábado – não é um dia da semana qualquer. Sábado é sábado, a energia é outra!

E para que todos
comecem o final de
semana bem
informados,
nós trouxemos para as
manhãs de sábado da
TV Liberal
novo noticiário matinal.



Bom dia Sábado

**Telejornal chega para todo Brasil
destacando a relevância que a Globo
atribui às notícias de cada região.**

O **Bom Dia Sábado** tem como objetivo iniciar o fim de semana dos telespectadores com as principais informações sobre o Brasil e suas comunidades, destacando a importância que a Globo dá à comunicação com cada região.

Resumo de programação

Sigla: BOMS

Dia: Sábados

Gênero: Jornalismo

Horário: 6:50*

Coeficiente 15'': 0,5

Duração: 60'

*Em alguns mercados o horário e a duração do programa podem sofrer alterações.

** Previsão de início do programa: Fev/2025



O papel das entregas de patrocínio linear

Vinhetas de patrocínio são MUITO eficientes em impulsionar a resposta de **engajamento atencional** para a comunicação da marca durante o comercial que é precedido pelo formato.

As vinhetas de encerramento **chancelam o patrocinador** junto aos telespectadores, com aproveitamento de marca determinado no final do conteúdo do programa.

VINHETAS DE
ABERTURA

CONTEÚDO
BOM DIA SÁBADO

VINHETAS DE
PASSAGEM

CONTEÚDO
BOM DIA SÁBADO

VINHETAS DE
ENCERRAMENTO

As vinhetas de passagem ajudam ainda mais no **envelopamento** do programa e na **memorização** da comunicação, principalmente quando estão acompanhadas de elementos do comercial da campanha.



Adicione comerciais no break do programa para aumentar a visibilidade da sua marca!



Esquema comercial

**Quantidade de cotas:**

3 cotas por mercado

Tipo de cota:

Mercado local

Período:

de Fevereiro a Dezembro 2025

Plano de inserções TV por programa*:

- 1 vinheta de abertura de 5"
- 1 vinheta de passagem de 5"
- 1 vinheta de encerramento de 5"

* Cotas locais na TV Globo existe a opção da troca da assinatura (abertura e encerramento) para 7" ou 3" sem alteração no preço. Caso o patrocinador opte pela assinatura de 3" nas caracterizações de abertura e encerramento, será adicionado um comercial de 10" no intervalo do programa. A vinheta de passagem é mantida com duração de 5".

Resumo de investimento | 04 semanas



PATROCÍNIO DE LINHA

Mercado	Preço
Belém	R\$ 7.997
Altamira	R\$ 189
Castanhal	R\$ 495
Marabá	R\$ 509
Paragominas	R\$ 279
Parauapebas	R\$ 203
Redenção	R\$ 176

Quer aumentar a sua visibilidade?

Chance de exibir comerciais no break das **7 praças da TV Liberal**. Você escolhe quais!

MÍDIA AVULSA

Mercado	Preço
Belém	R\$ 1.777
Altamira	R\$ 42
Castanhal	R\$ 110
Marabá	R\$ 113
Paragominas	R\$ 62
Parauapebas	R\$ 45
Redenção	R\$ 39



Observações

- O preço da cota é fixo, válido para compras realizadas até 31/12/2025, independentemente da data de exibição. Comercializações superiores a 12 meses poderão sofrer alteração de preços do 13º mês em diante.
- Eventuais alterações de preços serão informadas e válidas apenas para cotas não comercializadas.
- O pagamento deverá ser feito até o dia 15 do mês subsequente ao de veiculação.
- 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.
- Dias e horários de exibição do programa estão sujeitos a alteração.
- 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.
- 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.
- 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.
- Não existe posicionamento especial para exibição dos comerciais que fazem parte dos planos de patrocínio, exceto quando mencionado.
- O patrocínio do programa não bloqueia a venda de comerciais avulsos nos intervalos, inclusive para concorrentes.
- Marcas de categorias de produtos concorrentes do patrocínio não poderão estar/comprar formatos especiais no intervalo do programa, tais como Break Exclusivo, Primeiríssima posição e inserções Inter programas.

Observações

- 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.
- 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).
- Não será aceita multiplicidade nas caracterizações.
- 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.
- O programa pode ter projetos especiais comercializados, na TV e/ou no Digital, que não bloqueiam o patrocínio.
- Deverão ser emitidas autorizações distintas em relação à mídia TV Globo, Digital.
- 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.
- 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.

