



# Plano Comercial Altas Horas 2026

A melhor conversa das  
suas noites de sábado!



**+107 milhões**  
de pessoas alcançadas em 2025

7 em cada 10 lares  
alcançados pelo  
programa em 2025

+20,2 milhões de  
pessoas  
alcançadas por  
programa



**Mercado:** Local

**Período:** 8 semanas

**Quantidade de episódios:** 8

**Sigla:** ALTA



**03/01:** Início da exibição

**26/12:** Fim da exibição

#### **Resumo do Projeto | Cotas**

**Tipo de Cota:** Local

**Quantidade de Cotas por praça:** 1

**Prazo para Venda:** 26/12/25

**Sábado à  
noite?**



**Música&  
Descanso&  
Resenha&  
Diversão &**

**& Altas  
conversas!**

**97%**  
Conhecem<sup>1</sup>  
Você conhece essa personalidade, mesmo que seja de ouvir falar?  
1/13

**99%**  
das mulheres consumidoras de TV Globo\*  
Você conhece essa personalidade, mesmo que seja de ouvir falar? (\*)  
Assistem todos os dias

Por que amamos Serginho Groisman  
Por Adriana Setti  
8/13

**Há 25 anos  
Serginho é  
companhia fiel de  
seu público e se  
tornou um ícone  
pop contemporâneo.**

Esse encontro de gerações explica outro ponto-chave

Entre artistas do momento, pautas das redes e quadros que conversam com o comportamento pop, o programa atrai um público plural, incluindo os jovens.

**O programa está com sua maior fidelidade histórica no público jovem**



FONTE: KANTAR IBOPE MEDIA. INSTAR ANALYTICS. RM COMPLETO. DADOS CONSOLIDADOS. FID% E COV% (TOTAL INDIVÍDUOS E AS 18-34 ANOS). 2025. BASE EDTV 2025: 202.917.665. X/ BUZZMONITOR.

# O FORMATO É CONHECIDO... E O CONTEÚDO? SEMPRE SE REINVENTA!



## Minha primeira vez

'Minha primeira vez' mostra artistas realizando algo inédito diante das câmeras (no pessoal ou profissional).



## Banda dos sonhos

A 'banda dos sonhos' promove encontros musicais únicos (mesclando profissionais de diferentes bandas do país).

## Repórter Altas Horas

(reformulado)

Em 'repórter altas horas', eles próprios revelam bastidores curiosos de suas produções (em formato de vlog/ celular).

## O produtor

(reformulado)

E no divertido 'o produtor', Serginho vive um personagem excêntrico que entrevista personalidades com bom humor e improviso. No passado, o quadro já recebeu nomes como Sandy, Rodrigo Santoro e Michel Teló.

**Com quem pareço – versão ia**  
(reformulado)  
Quadro clássico, repaginado com inteligência artificial, que o público de casa envia fotos semelhantes a personalidades.

# INTERVALO COMERCIAL

## ESQUEMA COMERCIAL

**DIA:** Sábado

**HORÁRIO\*:** 22h30

**DURAÇÃO DO PROGRAMA\*\*:** 90'

**SIGLA:** ALTA

**PREÇO DE 30":** Confira o link abaixo

**COEFICIENTE 15":** 0,75

**GÊNERO:** Auditório

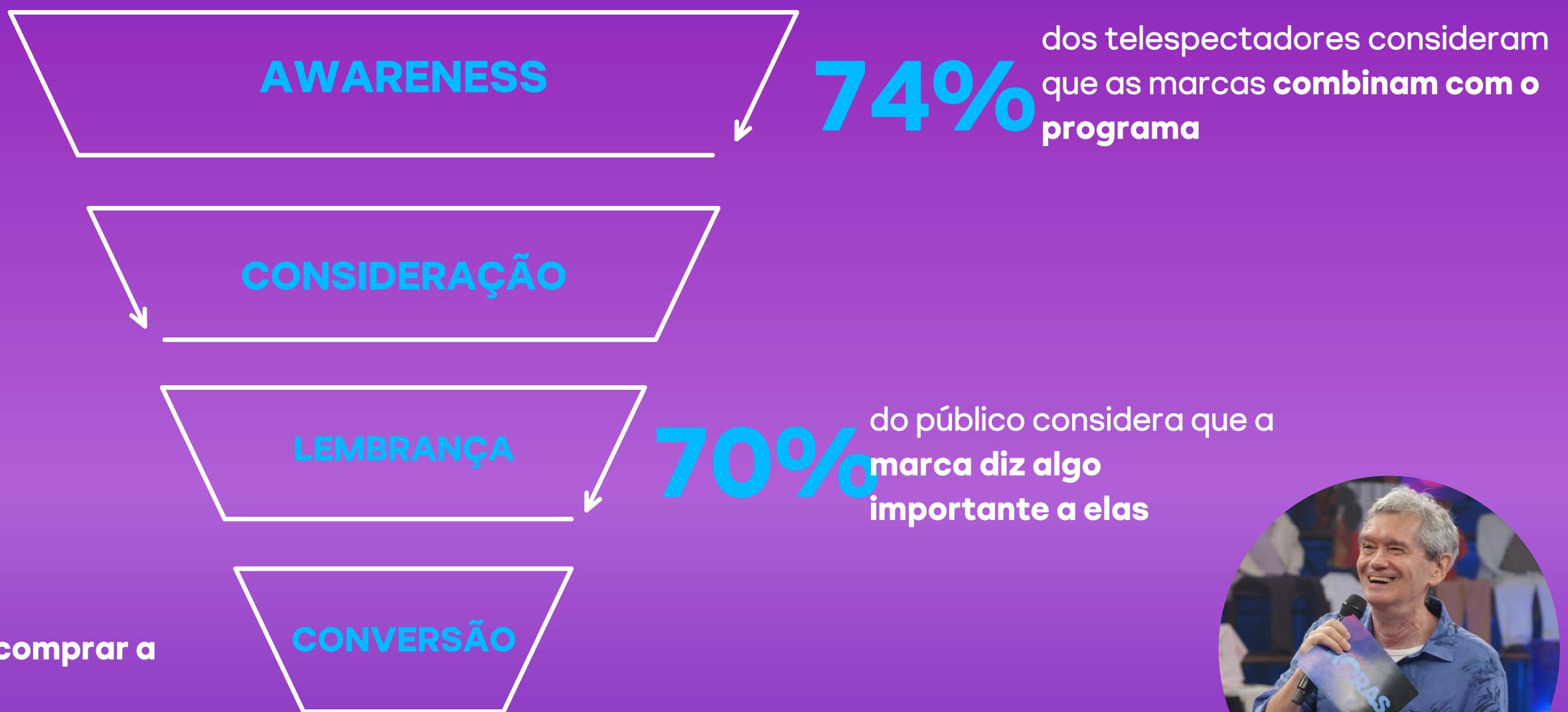
[Clique aqui](#)



# O 'Altas Horas' conecta a audiência com as marcas em todas as etapas do funil

**76%**  
As marcas presentes no programa passam a ideia de **serem melhores que seus concorrentes**

**7 em 10**  
dos telespectadores têm **vontade de comprar a marca após assistir no programa**



## PREÇO PATROCÍNIO COTA LOCAL

PREÇOS DE VINHETA DE ABERTURA E ENCERRAMENTO DE 3' 5" E 7" | REFERENTES A 4 SEMANAS

<b>PRAÇA</b>	<b>3"</b>	<b>5"</b>	<b>7"</b>
BEL	R\$ 6.176	R\$ 9.264	R\$ 9.881,50
ALT	R\$ 214	R\$ 321	R\$ 342,50
CAS	R\$ 552	R\$ 828	R\$ 883
MAB	R\$ 228	R\$ 342	R\$ 365
PAM	R\$ 210	R\$ 315	R\$ 336
PUP	R\$ 188	R\$ 282	R\$ 301
RDC	R\$ 162	R\$ 243	R\$ 259

### Esquema Comercial

**Mercado:** Local | **Período mínimo:** 8 semanas | **Quantidade:** 1 | **Prioridade de Compra:** 26/12/2025

# OBSERVAÇÕES COMERCIAIS

## GERAL

- O preço do patrocínio/projeto é fixo, válido para compras realizadas entre o período de 1º de janeiro a 30 de junho/26, independentemente da data de exibição.
- Eventuais alterações de preços serão informadas e válidas apenas para cotas não comercializadas.
- Comercializações superiores a 12 meses poderão sofrer alterações nos valores do 13º mês em diante.

## PAGAMENTO

- O pagamento deverá ser feito até o dia 15 do mês subsequente ao de veiculação.

## TV ABERTA

- A Globo poderá desenvolver outras oportunidades comerciais (cota de participação, ações no conteúdo etc.) ligadas aos programas. Essas oportunidades não poderão ser comercializadas para concorrentes dos patrocinadores dos programas, exceto quando mencionado no plano comercial.
- Dias e horários de exibição dos programas estão sujeitos a alteração.
- As renovações dos patrocínios deverão ser informadas até 28 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 seguirá da seguinte forma:
  - Programas diários (seg/sex, seg/sáb ou seg/dom): mínimo 4 semanas, sem prioridade de renovação.  
Obs.: para comercialização a partir de 8 semanas, prioridade de renovação de 30 dias antes do término do contrato;
  - Programas semanais: mínimo 8 semanas, com prioridade de renovação de 30 dias antes da última veiculação contratada.
- Para ações de conteúdo, o time de planejamento deverá ser consultado via briefing para o envio de projeto criativo. Além disso, antes do envio da PI, o cliente deverá checar a disponibilidade da data para exibição da ação de conteúdo com o mesmo time.
- Esta proposta está sujeita a bloqueio mediante contratos pessoais dos talentos envolvidos.
- Os talentos envolvidos podem ter contratos pessoais com marcas concorrentes dos anunciantes que estarão nas ações no conteúdo do programa.

# OBSERVAÇÕES COMERCIAIS

## TV ABERTA

- Não existe posicionamento especial para exibição dos comerciais que fazem parte dos planos de patrocínio, exceto quando mencionado.
- 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.

