

Plano Comercial g1 em 1 minuto

g g 1 1





Sua marca
onde a notícia
acontece,
na Globo.

Jornalismo referência:

8 em 10

brasileiros foram alcançados
pelo jornalismo da TV Globo.¹

g1 lidera em notícias:

+562 mi

de views, em média, por
mês.²

Multiplataforma:

O conteúdo do g1 na tela
da TV Globo, com frescor
e dinamismo que engajam
a audiência.

Fonte: ¹ Fonte: Kantar IBOPE Média - Instar Analytics - RM-Regiões Metropolitanas - Base TLE - TI, Cov% e ExRch%- Gênero Jornalismo TV Aberta - 1/1 a 30/6/25 x o mesmo período do ano passado. ² Fonte: Comscore - Multiplataforma - Media Trends | Categoria: News/Information - Média de Janeiro a Maio 2025

Informação que conecta marcas e milhões de brasileiros

Disponível nos 7 mercados da TV Liberal, o **g1 em 1 minuto** transforma notícia em oportunidade estratégica para marcas. Um projeto integrado que une **TV Globo** e **g1**, levando credibilidade e alcance multiplataforma.

Com entregas regionalizadas e presença simultânea na TV e no digital, sua marca estará onde a notícia acontece, alinhada à sua estratégia de comunicação.



Resumo do Projeto | Cotas

Tipo de Cota: Local

Período: de janeiro a dezembro de 2026

Mercados: BEL, ALT, CAS,
MAB, PAM, PUP, RDC

Quantidade de Cotas: exclusiva por mercado

Período Mínimo: 4 semanas

Oportunidades opcional

TV Globo: Encerramento do boletim
exibido na Sessão da Tarde



Jornalismo que conecta marcas ao que de mais importante acontece.



O jornalismo da Globo é referência nacional, presente na TV e no digital, com credibilidade e impacto que alcançam milhões de brasileiros todos os dias. É um território que informa, engaja e influencia.

O boletim **g1 em 1 minuto** traz os principais destaques do dia do g1 em uma entrega rápida e confiável. Exibido na TV Globo, no intervalo da **Sessão da Tarde** e do **Vale a Pena Ver de Novo**¹, ele conecta audiência e marcas em um ambiente seguro, com visibilidade multiplataforma.

¹ O g1 em 1 minuto também é exibido durante o conteúdo do É de Casa. Mas, por ser exibido no editorial, não faz parte das entregas deste projeto.

66%
do tempo consumido
no gênero jornalístico
é na TV Globo.

Fonte: Kantar IBOPE Media - Instar Analytics -
RM-Regiões Metropolitanas - Base TLE - Duração
[minutes | %ver] e TotMin# [minutes | %ver] -
Total Indivíduos - 01/01/2025 a 30/06/2025

50 milhões
de usuários acessam
o g1, em média, por mês.

Fonte: Comscore - Multiplataforma - Media
Trends | Categoria: News/Information - Média de
Janeiro a Maio 2025

+ da metade
dos brasileiros foi
alcançada pelo boletim
g1 em 1 minuto em 2025

Fonte: Kantar IBOPE Media - Instar AD
Performance - Regiões Metropolitanas -
Anunciante: G1 Globo - SPOT filters: contém G1 e
não contém ACESSE - Programas: Sessão da
Tarde e Vale a Pena Ver de Novo - COV% - Total
Indivíduos - Período: Jan a out/2025.

Em um minuto, o jornalismo da Globo leva os assuntos mais importantes, com credibilidade, para milhões de brasileiros e amplia a presença da sua marca em um ambiente de confiança.




O **jornalismo da Globo** é referência, com credibilidade e impacto que fortalecem a conexão com o público.



O **g1** é líder na categoria notícias, oferecendo um ambiente seguro e confiável para os brasileiros se informarem.



O boletim **g1 em 1 minuto** integra TV e digital, ampliando alcance e sendo uma plataforma estratégica para as marcas.



O jornalismo da Globo é referência,
com credibilidade e impacto que
fortalecem a conexão com o público.



Se está no jornalismo da Globo, tem a confiança do brasileiro.

O **jornalismo da Globo** é sinônimo de credibilidade e relevância. Presente nos principais momentos do dia, ele informa, engaja e influencia decisões. Essa força editorial garante que os conteúdos cheguem a um público amplo e diversificado, perfeito para marcas que querem estar onde a audiência se informa com segurança.

8 em 10

brasileiros foram alcançados
pelo jornalismo da TV Globo
no 1º semestre de 2025.

Fonte: Kantar IBOPE Media – Instar Analytics - RM-Regiões Metropolitanas - Base TLE - Total Indivíduos, Cov% e ExRch%-
Gênero Jornalismo TV Aberta - 01/01/2025 a 30/06/25 x o mesmo período do ano passado.

21 milhões

de brasileiros se informaram,
exclusivamente, com os
noticiários da TV Globo.

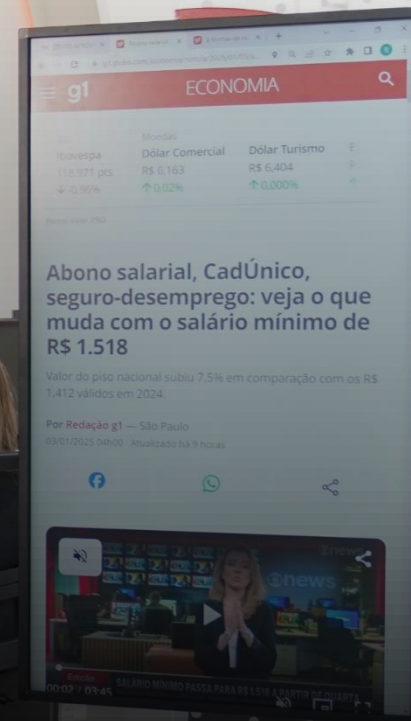
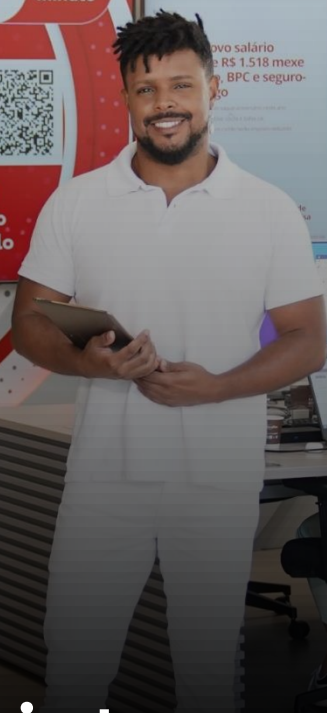
Fonte: Kantar IBOPE Media – Instar Analytics - RM-Regiões Metropolitanas - Base TLE - Total Indivíduos, Cov% e ExRch%-
Gênero Jornalismo TV Aberta - 01/01/2025 a 30/06/25 x o mesmo período do ano passado.

O g1 é líder na categoria notícias, oferecendo um ambiente seguro e confiável para os brasileiros se informarem.

Quando o assunto é notícia, milhões escolhem o g1 para se informar

O **g1** é referência absoluta no universo digital, oferecendo conteúdo atualizado e confiável em um ambiente seguro. Com uma experiência que une agilidade e profundidade, o portal se tornou indispensável para quem busca informação de qualidade. Essa relevância reforça a conexão com brasileiros que querem estar bem informados todos os dias.





O boletim g1 em 1 minuto integra TV e digital, ampliando alcance e sendo uma plataforma estratégica para as marcas.

Do g1 para a tela da TV Globo: informação que vira conversa para milhões

O **g1 em 1 minuto** transforma os principais destaques do dia em uma entrega ágil e confiável, levando informação relevante para milhões de brasileiros.

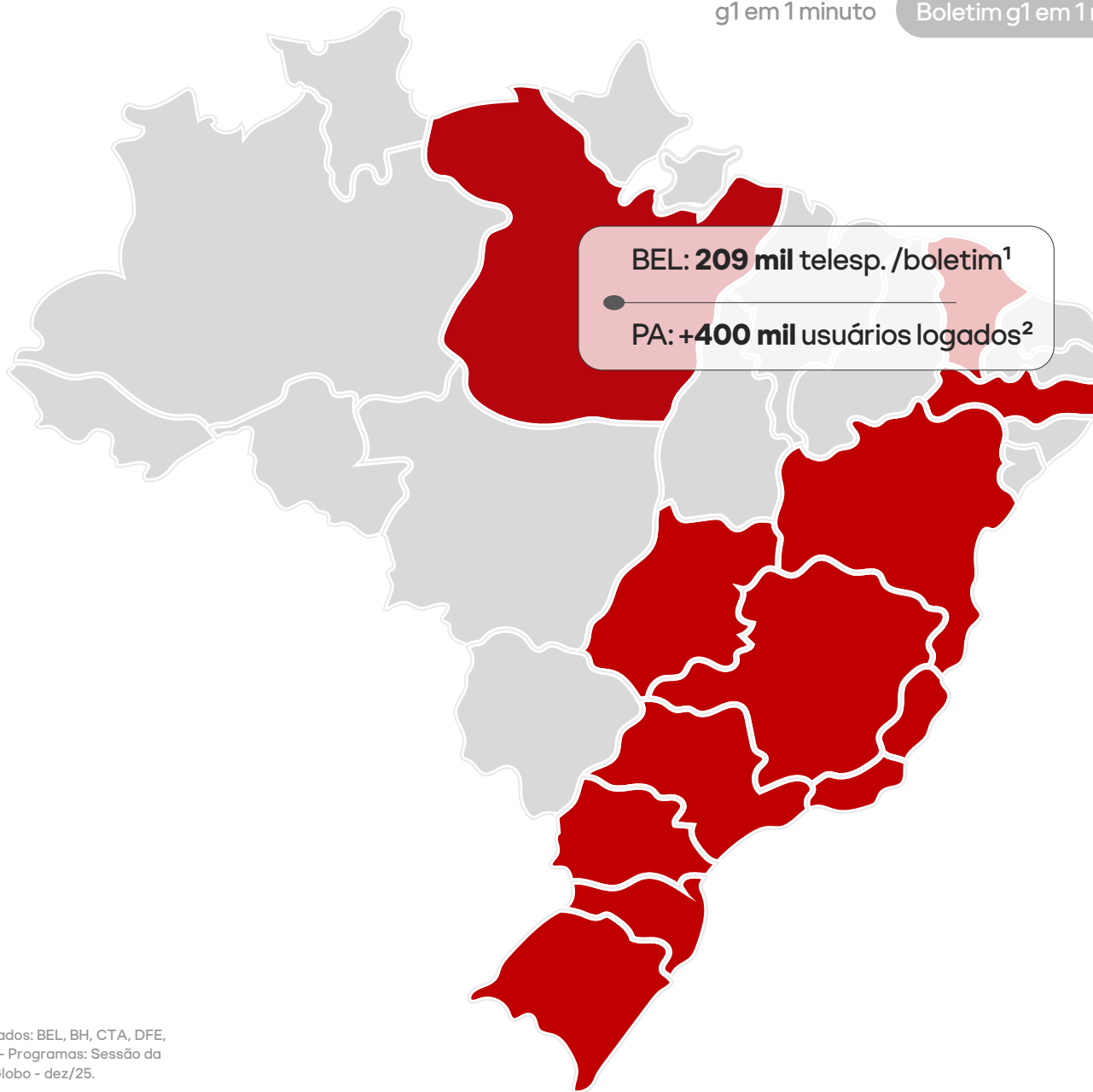
Exibido nos intervalos da **Sessão da Tarde** e do **Vale a Pena Ver de Novo**¹, o boletim conecta **TV e digital** em um ambiente de confiança.

Apresentado por um time jovem e dinâmico, Carol Prado, Gabi Gonçalves, Luiza Tenente, Paula Paiva, Suelen Bastos e Túlio Mello, ele traz a linguagem do **g1** para a tela da **TV Globo**, com frescor e proximidade que engajam a audiência.

¹ O g1 em 1 minuto também é exibido durante o conteúdo do É de Casa. Mas, por ser exibido no editorial, não faz parte das entregas deste projeto.

TV e digital juntos para ampliar alcance e gerar valor às marcas.

O boletim **g1 em 1 minuto** combina a força da TV Globo com a presença digital do g1, criando uma entrega multiplataforma que potencializa resultados. Essa integração garante visibilidade em diferentes momentos da jornada do consumidor, ampliando alcance e engajamento.



¹ Audiência por minuto na área de cobertura da capital. Fonte: Kantar IBOPE Media – Instar AD Performance – Mercados: BEL, BH, CTA, DFE, FLO, FOR, GOI, POA, REC, RJ, SAL, SP, VIT – Anunciante: G1 Globo – SPOT filters: contém G1 e não contém ACESSE – Programas: Sessão da Tarde e Vale a Pena Ver de Novo – Rat% – Total Indivíduos – Período: Jan a out/2025. Projeção Atlas de Cobertura Globo – dez/25.

² Número de usuários logados no g1.

Mesmo perfil,
duas telas: **mais
frequência para
sua marca**

Boletim TV Globo

55%

18-59 anos

**Público adulto e
economicamente
ativo**

Portal g1

55%

18-44 anos

**Público adulto e
economicamente
ativo**



Boletim TV Globo

49%

classe C

acima da
média nacional

Portal g1

**Homens e mulheres
acessam o g1
igualmente**



Portal g1

19% dos usuários
acessam o g1
logados

Boletim TV Globo

**Afinidade com
a programação
vespertina da
TV Globo**

63%
são mulheres



Fonte: Kantar IBOPE Media - Instar AD Performance - Regiões Metropolitanas - Anunciante: G1 Globo - SPOT
filters: contém G1 e não contém ACESSE - Programas: Sessão da Tarde e Vale a Pena Ver de Novo - COV% -
Total Indivíduos - Período: Jan a out/2025.

Com a Globo, são 7 mercados para colocar sua marca em pauta, onde ela precisa estar.



A marca encerra cada boletim com uma **vinheta exclusiva**, exibida nos intervalos da **Sessão da Tarde**¹ e do **Vale a Pena Ver de Novo**. Uma presença estratégica em momentos de alta audiência, associada à credibilidade do jornalismo que informa milhões todos os dias.



A marca ganha força no digital da Globo em **display** e **vídeo**. Uma estratégia pensada para cada mercado, garantindo visibilidade em um ambiente seguro e líder em notícias.

¹ A entrega na Sessão da Tarde é opcional

Marca

Associar sua
marca à
credibilidade
do jornalismo
da Globo.

Presença
multiplataforma

Direcionar a
mensagem para
mercados
específicos e de
interesse da
marca.

Ganhar
visibilidade em
um ambiente
seguro e
confiável.

frequência de
comunicação

Programação
com alcance
massivo

Conteúdo
de interesse
do público

Impactar
milhares
em um
minuto

Público

Por Laís Ribeiro, g1

g1 em 1 minuto

Objetivos de marca

26/12/2024 07h00 · Atualizado há 9 horas



Você é o tipo de pessoa que adora ter panos de prato branquinhos expostos pela cozinha? E, para isso, precisa esfregar, esfregar e esfregar até aquele amarelado finalmente sair do tecido?

Existem formas mais práticas de desencardir os

Cota Local | 7 Mercados

Com essa **cota exclusiva**, sua marca garante presença no boletim exibido no intervalo do **Vale a Pena Ver de Novo** e nas entregas digitais¹ do **g1**.

A compra é feita por **mercado local**, permitindo escolher onde sua comunicação será mais estratégica. Confira ao lado os **valores para 4 semanas** de veiculação, período mínimo para consolidar presença e frequência.

¹ Com aproveitamento de DAI no mercado BEL

Preço para assinatura de 5" de duração

Preço 4 semanas | Entregas obrigatórias (TV e Digital para todos os mercados)

MERCADO	TV	DIGITAL	TOTAL DA COTA
BELÉM	R\$ 29.513	R\$ 2.951	R\$ 32.464
ALTAMIRA	R\$ 878	R\$ 88	R\$ 965
CASTANHAL	R\$ 1.943	R\$ 194	R\$ 2.137
MARABÁ	R\$ 1.170	R\$ 117	R\$ 1.287
PARAGOMINAS	R\$ 938	R\$ 94	R\$ 1.031
PARAUPEBAS	R\$ 840	R\$ 84	R\$ 924
REDENÇÃO	R\$ 720	R\$ 72	R\$ 792

OBS: PARA IMPRESSÕES NO DIGITAL PODEMOS CONSIDERAR:
BEL – 25.214; ALT – 731; CAS – 1.619; MAB – 975; PAM – 781; PUP – 700; RDC – 600.

Cota Local | 7 Mercados

Que tal ampliar ainda mais a visibilidade da sua marca neste território?

Além das entregas no intervalo do Vale a Pena Ver de Novo e no digital¹, você pode **incluir o boletim exibido na Sessão da Tarde**. Uma oportunidade para reforçar presença em momentos de alta audiência e consolidar sua estratégia de comunicação. Confira ao lado os **valores para 4 semanas com todas as entregas**.

¹ Com aproveitamento de DAI no mercado BEL

Preço para assinatura de 5" de duração

Preço 4 semanas | Entregas obrigatórias (TV e Digital para todos os mercados)

A entrega na Sessão da Tarde é opcional

MERCADO	TV	DIGITAL	TOTAL DA COTA
BELÉM	R\$ 45.735	R\$ 2.951	R\$ 48.686
ALTAMIRA	R\$ 1.575	R\$ 88	R\$ 1.663
CASTANHAL	R\$ 3.135	R\$ 194	R\$ 3.329
MARABÁ	R\$ 1.965	R\$ 117	R\$ 2.082
PARAGOMINAS	R\$ 1.650	R\$ 94	R\$ 1.744
PARAUPEBAS	R\$ 1.478	R\$ 84	R\$ 1.562
REDENÇÃO	R\$ 1.343	R\$ 72	R\$ 1.415

OBS: PARA IMPRESSÕES NO DIGITAL PODEMOS CONSIDERAR:
BEL – 25.214; ALT – 731; CAS – 1.619; MAB – 975; PAM – 781; PUP – 700; RDC – 600.

g1 em 1 minuto promove a conexão entre marcas e informação de confiança, com presença multiplataforma e regionalizadas. Uma oportunidade estratégica para comunicar com credibilidade, alcance e resultado.

Chegou a hora da sua marca estar onde a notícia acontece, com a Globo.

Pilar 1



O jornalismo da Globo é referência.

Pilar 2



O g1 é líder na categoria notícias.

Pilar 3



O boletim g1 em 1 minuto integra TV e digital.

Geral

1. O preço da cota é fixo, válido para compras realizadas no período de 1º de janeiro a 30 de junho de 2026, independentemente da data de exibição;
2. Cotas não comercializadas até este prazo, poderão ter seus valores atualizados;
3. Comercializações superiores a 12 meses poderão sofrer alteração de preços do 13º mês em diante;
4. Não haverá alteração de preços para pagamento antecipado, realizado antes do início das veiculações;
5. Eventuais alterações de preços serão informadas e válidas apenas para cotas não comercializadas;
6. Prazo da data de compra para o início da exibição: 5 dias úteis;
7. Algumas emissoras podem ter oportunidades comerciais locais para o boletim, estas praças estão indicadas no slide e oportunidades extras. Para estes mercados as observações comerciais vigentes serão as descritas nos projetos locais;
8. As oportunidades deste projeto são exclusivas por mercado. A compra de qualquer empacotamento impede a comercialização de outro no mesmo mercado.

TV

1. A Globo poderá desenvolver outras oportunidades comerciais ligadas ao patrocínio do g1 em 1 minuto. Essas oportunidades não poderão ser comercializadas para concorrentes dos patrocinadores deste produto, exceto quando mencionado no plano comercial;
2. A entrega opcional só pode ser comercializada para o patrocinador que adquirir a entrega obrigatória;
3. Não poderá ocorrer a troca da entrega obrigatória pelas entregas opcionais;
4. Os valores foram calculados com base em vinhetas de 5";
5. As assinaturas de 5" no patrocínio não poderão ser alteradas por assinaturas de 7";
6. Dias e horários de exibição dos programas estão sujeitos a alterações;
7. Boletins produzidos pelo jornalismo local podem ser exibidos regionalmente pelas emissoras. Esses boletins podem compor a entrega deste projeto.
8. Os boletins exibidos no programa É de Casa não fazem parte da entrega deste projeto, pois são exibidos durante o conteúdo do programa, inviabilizando a possibilidade de incluir vinhetas de assinatura das marcas;
9. Não existe posicionamento especial para exibição dos boletins que fazem parte deste plano de patrocínio;

10. 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 28 dias antes do término do contrato;

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

Vídeo:

Duração de 5" 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 boletim 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:

5 segundos: máximo de 10 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 os boletins forem patrocinados por linha de produtos, poderá haver menção apenas da linha de produtos.

A validação é feita com o cronômetro.

13. Não será aceita multiplicidade nas caracterizações;
14. Cabe ao patrocinador arcar com os custos de envio dos seus materiais através dos players homologados pela Globo;
15. O patrocínio do boletim não bloqueia a venda de ações no conteúdo, formatos especiais e comerciais avulsos nos intervalos dos programas onde ele é exibido, inclusive para concorrentes.
16. O plano de veiculação segue orientações estabelecidas pelo Manual de Práticas Comerciais, Manual de Formatos, Lista de Preços e Código de Ética e Conduta da Globo em caso de dúvida entrar em contato com OPEC ou atendimento comercial;
17. Entregas de materiais, trocas, produções de peças e reutilizações deverão ser consultados à OPEC;

g1

1. Volume de impressões e investimentos mínimos por mercado adquirido. A entrega digital deste projeto contempla um volume de mídia determinada, sem nenhum tipo de bloqueio de posição ou de concorrência. O volume de impressões apresentado no plano refere-se a entrega de formatos Display. Caso haja entrega de Vídeo, o referencial será o valor de investimento mínimo, sendo possível adaptar o volume de impressões;
2. Ambiente de veiculação: O projeto deverá ser veiculado nas editoriais: g1 em 1 minuto e/ou g1 Praça e g1 (Home);
3. Mídia Determinada: Um volume pré-definido de impressões do projeto em determinado período. O pacote será considerado entregue em sua totalidade quando todo o volume pré-definido for entregue respeitando o período e sazonalidade de consumo do projeto; caso isto não aconteça, a Globo fará a compensação dos formatos conforme a disponibilidade do projeto;
4. A entrega de display ocorrerá nos formatos Billboard, Retângulo, Maxiboard e Meia Página;
5. Formato de Video Ads de 6" sem skip, até 15" com ou sem skip, e acima de 15" obrigatoriamente com skip, podendo ser em pré, mid ou pós-roll no conteúdo;
6. A entrega nos vídeos assistidos ocorrerá nas páginas g1 em 1 minuto, g1 praça e g1 home;
7. Regra de frequência será ajustada conforme interesses do patrocinador e alinhadas com a experiência do usuário da Globo;
8. Toda a entrega de mídia deste plano é baseada em análise histórica de audiência, portanto o volume de entrega pode variar de acordo com a audiência do site no período do projeto. A veiculação da mídia deste projeto está sujeita a disponibilidade de inventário no período da campanha;
9. O inventário excedente pode ser ocupado por outros anunciantes caso o volume excedido tenha ocorrido de forma aleatória (não previsível), podendo inclusive ser comercializado para concorrentes;
10. Regra de compra de inventário: O anunciante ao adquirir parcialmente ou completamente o inventário no período assume o compromisso de ocupação deste inventário, sem interrupção.
11. Na situação de compra de inventário excedente o anunciante corrente do espaço digital com volume incrementado tem o direito de adquirir o novo inventário pelo preço original de pagamento;
12. Outros anunciantes que queiram comprar o inventário excedente poderão comprá-lo na regra comercial vigente;
13. O inventário disponível para cada site desta proposta estará sob consulta conforme solicitação do anunciante;
14. Regra de concorrência: A condição para se evitar a concorrência de anunciantes da mesma categoria de produtos ou segmentos é que o grupo de anunciantes adquira 100% do inventário disponível e determinado, observadas as condições do item 4;
15. Regra de pausa de campanha: Qualquer anunciante pode pausar uma campanha sem que isso signifique o cancelamento temporário do serviço contratado. Portanto, o serviço pausado será faturado integralmente ao anunciante, independentemente da pausa de campanha. Sendo assim, a Globo poderá ocupar as posições de campanha adquiridas pelo anunciante com criativos próprios para divulgação de seu conteúdo;
16. Para especificações de material e prazos de implementação, consulte a equipe de operações comerciais através do e-mail: opec.internet@globo
17. Prazo para a troca de material é de até 4 dias úteis;
18. É de responsabilidade do anunciante o envio correto dos materiais de mídia display e vídeo, de acordo com os prazos e especificações técnicas fornecidos pela equipe de Operações Comerciais;
19. Relatórios de terceiros não terão validade como comprovação de entrega de campanha;