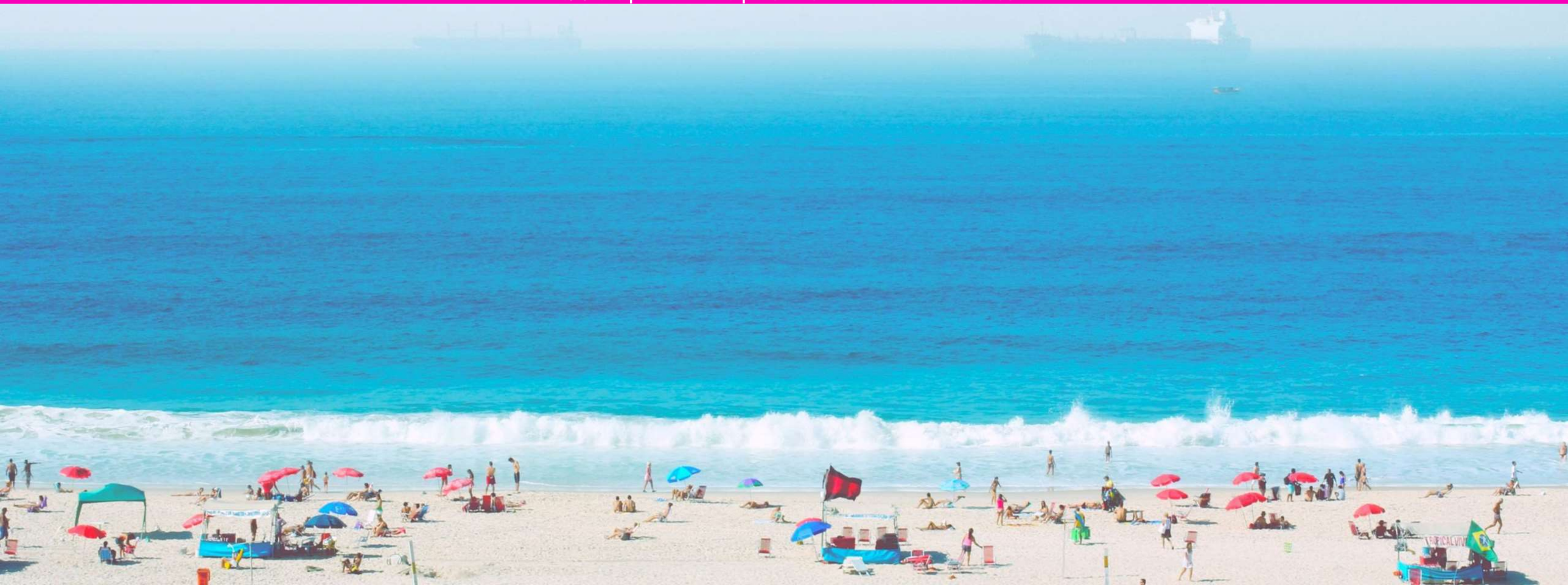
BOOK VERÃO 90

15/1/2019 | MARKETING | DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS



NAVEGUE PELO MENU

SUMÁRIO

1 A NOVELA

2 COMPORTAMENTO

3 AUDIÊNCIA /HÁBITOS/ CONSUMO

4 OPORTUNIDADE COMERCIAL

VERÃO 90 LEVARÁ OS ESPECTADORES A UMA VIAGEM NO TEMPO COM DESTINO AOS INCRÍVEIS ANOS 1990. COLORIDA E MUSICAL, ESSA DIVERTIDA NOVELA PROMETE TRAZER MUITA ALEGRIA E BOM HUMOR PARA O HORÁRIO DA NOVELA II.

No início dos anos 1980, o inesperado fim do grupo infantil Patotinha Mágica dá o pontapé inicial a essa trama sobre sonhos e reencontros.

Vivendo no anonimato, os três ex-astros mirins crescem tentando recuperar a fama perdida. É assim que, com muita descontração e nostalgia, serão conhecidas as aspirações e ambições desses jovens, e todas as aventuras que enfrentarão para retornar ao estrelato.

Das autoras de Cheias de Charme, Izabel de Oliveira e Paula Amaral, Verão 90 terá direção de Jorge Fernando.

VOLTA MENU

ANOS 1980

A televisão borbulha de novidades. Entre o público infantil, a mania nacional é unanimidade: o programa **Patotinha Mágica**, comandado pela estrelinha mirim **Manuzita (Isabelle Drummond)**. Menina comum do subúrbio carioca, Manuela Renata recebe total apoio de sua mãe, **Lidiane (Claudia Raia)**, ex-rainha da pornochanchada, que compensa seu frustrado sonho de fama na carreira da filha.

Como 9 em cada 10 crianças da época, os irmãos **João e Jerônimo (Rafael Vitti e Jesuíta Barbosa)** também são vidrados no programa. Carismático, João é engraçado e inteligente, o que desperta desde cedo o ciúme de seu irmão mais velho, Jerônimo. Ganancioso, o rapaz inveja as conquistas do caçula e faz de tudo para superá-lo. Diferentes em temperamento e atitude, a única coisa em comum entre os dois é a paixão platônica por Manuzita.

Por isso, quando Jerônimo descobre que a Patotinha está lançando um concurso em busca de um parceiro para Manu, fica enlouquecido.

VOLTA MENU

É a chance de Jerônimo conhecer a menina, superar o irmão e alcançar o sucesso. Ambicioso, nem pensa duas vezes e foge num ônibus rumo à capital. João o vê partir e o segue até ao Rio de Janeiro.

Entre encontros e desencontros, João conhece Manuzita e os dois se enturmam. A conexão entre eles é instantânea. Manu bate o pé e decide que João será seu novo parceiro no programa.

Entretanto, como explicar essa decisão ao vencedor do concurso, o jovem Jerônimo? E o que começa como um ato de estrelismo se transforma numa verdadeira jogada de marketing. O produtor do programa vê potencial nos irmãos e quer contratá-los, mas primeiro precisa convencer a mãe dos rapazes.

Responsável, Janaína (Dira Paes) receia que a proposta prejudique os estudos dos filhos mas, por fim, acaba concordando, e é assim que a Patotinha assume sua nova e promissora formação.

VOLTA MENU

Com o trio no comando, o programa se torna um fenômeno de audiência. Queridinhos do público, João e Manuzita ficam cada vez mais próximos, e é claro que Jerônimo não gosta nada disso.

O que ninguém poderia prever é que um acontecimento inesperado fosse causar o súbito fim da Patotinha Mágica.

De volta ao anonimato, as crianças crescem separadas, sem saber que o destino ainda promete muitas reviravoltas em suas vidas.

VOLTA MENU

ANOS 1990

UM SALTO DE 10 ANOS LEVA A TRAMA DIRETO AOS INCRÍVEIS ANOS 1990, COM OS EX-ASTROS MIRINS ENFRENTANDO AS DIFICULDADES DA VIDA ADULTA

Manuzita, agora simplesmente Manu, persistiu durante todos esses anos na busca pela fama. Infelizmente a jovem atriz consegue apenas pequenas participações em novelas da Globo.

João se mudou para o Rio, onde apresenta e produz o Altas Ondas, um programa sobre surf na rádio Carioca FM.

Já Jerônimo vive com a mãe Janaína, na Guarda do Embaú. Inconformado com o fracasso da Patotinha, larga os estudos e se envolve com um criminoso da região, tentando ficar rico.

VOLTA MENU

O REENCONTRO

Nessa época, o playboy Joaquim Quinzinho (Caio Paduan), inspirado nas emissoras americanas, funda a Pop TV, um canal jovem focado em música e videoclipes, que vai atrair a atenção do trio.

Os caminhos dessa turma se cruzam novamente. E agora? Será que dessa vez o ex-casal Patotinha conseguirá ficar junto?

VOLTA MENU

MANUZITA E A MÃE

MANUZITA

ISABELLE DRUMMOND

Foi preparada pela mãe para ser uma estrela. Linda, carismática e determinada, mas sem talento para atuar. É apaixonada por João, ex-companheiro na Patotinha.

LIDIANE

CLAUDIA RAIA

Escandalosa, não leva desaforo para casa. Ex-estrela de pornochanchada, foi quem apelidou Herculano (Humberto Martins) de "Hercules Tigrão". Criou a filha para ser uma estrela. Acaba se apaixonando pelo magnata Quinzão (Alexandre Borges).

VOLTA MENU

OS GUERREIRO

JANAÍNA

DIRA PAES

Forte, corajosa e otimista, Janaína Guerreiro é uma leoa com os filhos Jerônimo e João. Empreendedora, sonha ter o próprio negócio no ramo da alimentação. Conhecer o Herculano mudará a sua vida.

JOÃO

RAFAEL VITTI

Engraçado, inteligente e bom caráter. Atleta, ama o universo do surf e a natureza. Seu talento atuará a seu favor e ainda ajudará Manu a realizar seus sonhos.

JERÔNIMO

JESUÍTA BARBOSA

Invejoso, sempre teve raiva do brilho do irmão. Tem uma obsessão de infância por Manu. Quer ser rico a qualquer custo e andará fora da lei para perseguir seu plano.

VOLTA MENU

OS OLIVEIRA

JANICE

CLAUDIA OHANA

Irmã de Janaína. Deixou Saquarema para batalhar no Rio de Janeiro. Casada com Otoniel , é mãe de Diego e Clarissa(Alana Cabral). Decidida como a irmã, será forte quando o filho for vítima de preconceito. Faz bijuterias para vender na feira hippie.

DIEGO

SÉRGIO MALHEIROS

Bonito, corpo perfeito e cabelo black power estiloso. Estuda Direito, o que será fundamental para ajudar seu primo João. Diego vai passar por situações de preconceito e terá que lidar com isso.

OTONIEL

VAL PERRÉ

Ex-garçom no restaurante Raimundo’s, vai administrar a firma de quentinhas de Janaína. Por ser negro, sofreu preconceito, mas relevou. Quando seu filho Diego sofrer racismo batalhará para que os seus dois filhos vivam num Brasil melhor.

VOLTA MENU

OS FERREIRA LIMA

QUINZÃO
ALEXANDRE BORGES

Magnata, vem de uma linhagem de bilionários. Junto da esposa Mercedes construiu um império. Mas a chegada da pantera Lidiane vai bagunçar a ordem da família Ferreira Lima.

MERCEDES
TOTIA MEIRELES

Linda, sofisticada, o pilar da família. Quase morre após o marido deixá-la pela pistoleira Lidiane .

VOLTA MENU

OS FERREIRA LIMA

QUINZINHO
CAIO PADUAN

Filho de Quinzão e Mercedes. Playboy e mimado, funda a Pop TV. Mulherengo, se divide entre a patricinha Larissa e a amante Nicole (bárbara França). Mas a dançarina de axé Dandara Brasil (Dandara Mariana)) vai virar a sua cabeça.

LARISSA
MARINA MOSCHEN

Típica patricinha. Linda e impecável, prefere roupas de grife. Sonha em se casar com Quinzinho, mas se encanta com o charme do surfista Diego (Sérgio Malheiros), a contragosto de sua mãe.

VOLTA MENU

OS FERREIRA LIMA

GISELA

DÉBORA NASCIMENTO

Filha de Quinzão e Mercedes e irmã de Quinzinho. Jovem problemática e frágil. Conhece Herculano, parte para cima dele e engravida. Adora a filha Isadora (Duda Wendling), mas não tem juízo para ser mãe. Figurinista talentosa, vai amadurecer e se encontrar na vida.

HERCULANO

HUMBERTO MARTINS

Ex-astro de filmes de gosto duvidoso, sonha dirigir o filme que vai revolucionar o cinema nacional. Responsável e ótimo pai, descobrirá que Janaína é a mulher da sua vida.

VOLTA MENU

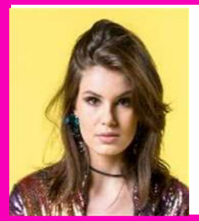
OUTROS NÚCLEOS

RAIMUNDO
FLÁVIO
TOLEZANI

Dono do famoso Raimundo's. Ao contornar a crise com o inovador almoço popular, ganha o apelido de "Rei do PF". Viúvo, nunca mais se apaixonou até conhecer Janaína. Juntos os dois vão ficar ricos.

MADÁ
FABIANA
KARLA

Astróloga e esotérica, tem o dom da premonição. A ganância de Álamo (Marcos Veras) fará com que se separem. Adepta da alimentação natural, suas previsões a tornarão uma taróloga famosa no Brasil e no mundo.



VANESSA
CAMILA
QUEIRÓZ

Amiga da ingênua Larissa, é a típica "aba" e no início da trama se aloja no apartamento da amiga. Amante e cúmplice de Jerônimo, Vanessa não vale nada.

CANDÉ
KAIKY
BRITO

Puxa saco de Quinzinho, trabalha na Pop TV. Luta Jiu Jitsu, e vive metido em briga. Preconceituoso, acha que as pessoas pertencem a categorias diferentes e devem ficar em seus devidos lugares.

VOLTA MENU

PERSONAGENS / ELENCO

ÁLAMO	Marcos Veras
CANDÉ	Kayky Brito
CATRACA	Orlando Caldeira
CELESTINE	Bel Kutner
CLARISSA	Alana Cabral
CODORNA	Ivo Gandra
DANDARA	Dandara Mariana
DIANA	Maria Carol
DIEGO	Sérgio Malheiros
DIRCE	Marília Martins
DUQUE	Ney latorraca
FIGUEIRINHA	Lucas Domso
FLORIANO	Alexandre David
GALDINO	Gabriel Godoy
GISELA	Débora Nascimento
HERCULANO	Humberto Martins
HORÁCIO	Ricardo Martins
ISADORA	Duda Wendling
JANAÍNA	Dira Paes
JANICE	Cláudia Ohana
JERÔNIMO	Jesuíta Barbosa
JERÔNIMO (CRIANÇA)	Diogo Caruso
JOÃO	Rafael Vitti
JOÃO (CRIANÇA)	João Bravo
JOFRE	Luiz H. Nogueira
KIKA	Jeniffer Nascimento
LACERDA	André Junqueira
LARISSA	Marina Moschen
LIDIANE	Cláudia Raia
LOURO	Binho Beltrão
LUANA	Priscila Fantin
MAGAIVER	Ricardo Vianna
MANJUBINHA	Felipe Luhan
MANUELA (CRIANÇA)	Melisa Nóbrega
MANUELA	Isabelle Drummond
MADÁ	Fabiana Karka
MARTA	Renata Imbriani
MERCEDES	Totia Meireles
MOANA	Giovana Cordero
MURILO	Marcelo Valle
NICOLE	Bárbara França
OTONIEL	Val Perré
PATRICK	Klebber Toledo
QUINZÃO	Alexandre Borges
QUINZINHO	Caio Paduan
RAIMUNDO	Flávio Tolezani
TÂNIA	Marcela Siqueira
TICIANO	Ícaro Silva
TOMÉ	Bernardo Marinho
TUTANO	Bernardo Mendes
VANESSA	Camila Queiróz
VERA	Renata Morra Lima

COMPORTAMENTO

POR QUE GOSTAMOS TANTO DE RELEMBRAR O PASSADO?

VOLTA MENU

NOSTALGIA

É o termo que descreve uma saudade idealizada por momentos vividos no passado.

Esse sentimento é associado a um desejo inconsciente de regresso, impulsionado por lembranças de momentos felizes e antigas relações sociais.

Em momentos conturbados, a necessidade da nostalgia se faz ainda mais presente.

É a vontade de alongar o passado sobre o presente, oferecendo conforto, tradição e familiaridade, que gera sensação de segurança.

''NOSTALGIA NÃO É EXATAMENTE UMA ESTRATÉGIA DE MARKETING.
É UMA TENDÊNCIA DE COMPORTAMENTO OBSERVADA NA SOCIEDADE. ESSA FERRAMENTA É MUITO PODEROSA E SEMPRE FOI USADA PELO MARKETING PARA SE APROXIMAR EMOCIONALMENTE DOS CONSUMIDORES''
- BERENICE RING, FGV

Pesquisa Case Semio 'Consumo, crise e comunicação' para MKT/Comportamento - Globo 2018

VOLTA MENU

POR QUE OS ANOS 1990?

"Antes, o ciclo de retomada das décadas era de 40 anos. Hoje, está cada vez mais rápido. Isso acontece por três fatores principais: o primeiro é o excesso de informações na nossa era digital. Para combater esse excesso de informações e notificações, nós buscamos o conforto dos tempos em que a tecnologia não era tão desenvolvida. O segundo fator é a velocidade com que as coisas são lançadas hoje em dia. Tudo fica muito obsoleto e nós sentimos saudade do antigo. E por fim, outro fator importante é a insegurança econômica, principalmente nesses últimos anos de recessão desde 2008 em que nós passamos a ansiar por momentos mais fáceis e com menos preocupação. É uma forma de escapismo e está cada vez mais intensa por conta da nossa ansiedade."

Luiza Loyola, especialista da consultoria de tendências da WGSN, para o Meio & Mensagem

VOLTA MENU

BEAUTY CLASS

Acessórios de cabelo dos anos 90 que estão voltando com tudo

24/07/2018 · LEITURA DE 3 MINUTOS · 134 VISUALIZAÇÕES

MODA, TENDÊNCIAS

LOOKS COM BANDANAS | MAIS UMA TENDÊNCIA VOLTANDO COM TUDO

POR CACAU VIEIRA

Mais uma febre dos anos 90 está voltando com tudo. Sim, as **Bandanas**! Esses itens marcaram presença nas passarelas de marcas como Dior, Tommy Hilfiger, Saint Laurent, entre outras.

são itens super fashionistas e adaptáveis a qualquer estilo. :) É possível ...os de amarrações nos lenços, desde usá-los como cintos, ...a modernizar aquela bolsa que está parada

THE Shoppers .com

PATIO HYPE

Os anos 90 estão de volta – Veja 9 tendências que voltaram a moda!

Publicado por Pátio Hype em 13 de fevereiro de 2018

0

Flip

WhatsApp

722 Share · 0 Tweet · 0 Pin

...a dita: nos anos 90 você ainda não era fashionista, tam... ...stilo e moda como hoje. No entanto, ao olhar suas fotos antigas certamente é possível identificar peças, calçados e acessórios que estão em alta atualmente e que são bastante semelhantes aos que sua mãe vestia em você.

Sim, as tendências de moda dessa década estão voltando com tudo! De acordo com a estilista da Tanara, Geysa Zottis, é possível identificar o retorno de diversas trends clássicas

CHATA de GALOCHA

MODA GASTRONOMIA BELEZA

Moda

AS MODINHAS DOS ANOS 90 E 2000 QU... DE VOLTA

23.08.2018
Redação Chata de Galocha

Sempre que pensamos em alguma referência de mo... gente se esquece um pouco dos anos 90 e 2000, n... **apesar de algumas coisas bem duvidosas que**

Ellegancy Costuras

AJUSTES E REFORMAS EM ROUPAS DE QUALIDADE

Anos 90 – O que a moda nos trouxe de volta

Outros Assuntos / 17/05/2018 / 0 Comments

Anos 90 ou 2018?

Que algumas tendências sempre vão e voltam já sabemos, mas quando a moda é completamente nostálgica, e volta com tudo!

I ♥ 90s

DI SOTTI

Moda anos 90: conheça as peças que voltaram com tudo

janeiro 29, 2018 / 0 Comentários

Purepeople

...dências dos anos 90 que estão de volta à ...da

VOLTA MENU

> No início dos anos 90 não existiam celulares, não existia Internet, mas estava em plena ebulição. O mundo mudou completamente de 1990 até 1999. Essa ebulição está presente na novela nos hábitos dos personagens, gírias, acontecimentos e no comportamento característicos da época.

Paula Amaral, autora da novela, para o Meio & Mensagem

VOLTA MENU

TODO MUNDO SABE QUE A NOVELA É UM ESPAÇO QUE FORTALECE E DISSEMINA TENDÊNCIAS!

“ A TV influencia sua maneira de vestir, comportamento, o que você quer comprar, o que as pessoas desejam...”

“ As novelas são as coisas que mais lançam moda no universo! Cabelo, roupa...”

“Por exemplo, você vê como é forte isso, começaram a aparecer com barba e bigode, coisa que ninguém usava mais! Agora olha aí, todo mundo usando”

Fonte: Pesquisa VOX ‘Atenção audiência’ para MKT/Comportamento - Globo 2017

VOLTA MENU

ENCONTRO PERFEITO

JUNTAR O MOOD DA NOVELA II COM O DOS ANOS 90 NÃO PODIA DAR MAIS CERTO!

Durante a novela II, o clima da casa é agitado, a família já está reunida, mas cada um faz sua tarefas!

As pessoas querem uma novela que as acompanhe, que divirta, que seja leve e dinâmica como esse momento.

E NADA MELHOR QUE UMA DÉCADA QUE FOI TÃO CHEIA DE MÚSICAS, CORES E ALEGRIA!

Fonte: Diretoria de pesquisa RJ

VOLTA MENU

A NOVELA II EM 2018
AUDIÊNCIA, HÁBITOS E CONSUMO

VOLTA MENU

AUDIÊNCIA E ALCANCE

23,9
MILHÕES
DE TELESPECTADORES EM MÉDIA POR MINUTO

15,2
MILHÕES DE MULHERES

35,2
MILHÕES
DE TELESPECTADORES ALCANÇADOS POR PROGRAMA

21,7
MILHÕES DE MULHERES

190,3
MILHÕES
DE TELESPECTADORES ALCANÇADOS EM 2018

100,9
MILHÕES DE MULHERES

VOLTA MENU

FONTE: Kantar Media Workstation Regiões Metropolitanas TR Premium e PV Premium | Jan a 09/Dez 18 | Universo base Atlas da Rede Globo 202.420.696/ MM ABCDE 04+: 106.756.675

PERFIL DEMOGRÁFICO DOS TELESPECTADORES

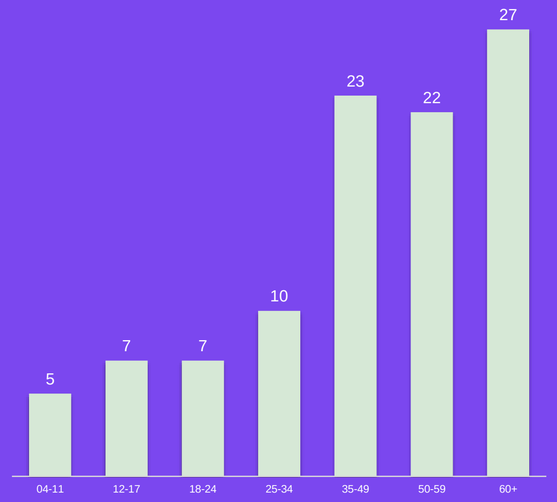
SEXO

60% 40%

CLASSE SOCIAL

ABC	DE
32%	53% 15%

FAIXA ETÁRIA



VOLTA MENU

FONTE: Kantar Media Workstation Regiões Metropolitanas TR Premium e PV Premium | Jan a 09/Dez 18 | Universo base Atlas da Rede Globo 202.420.696

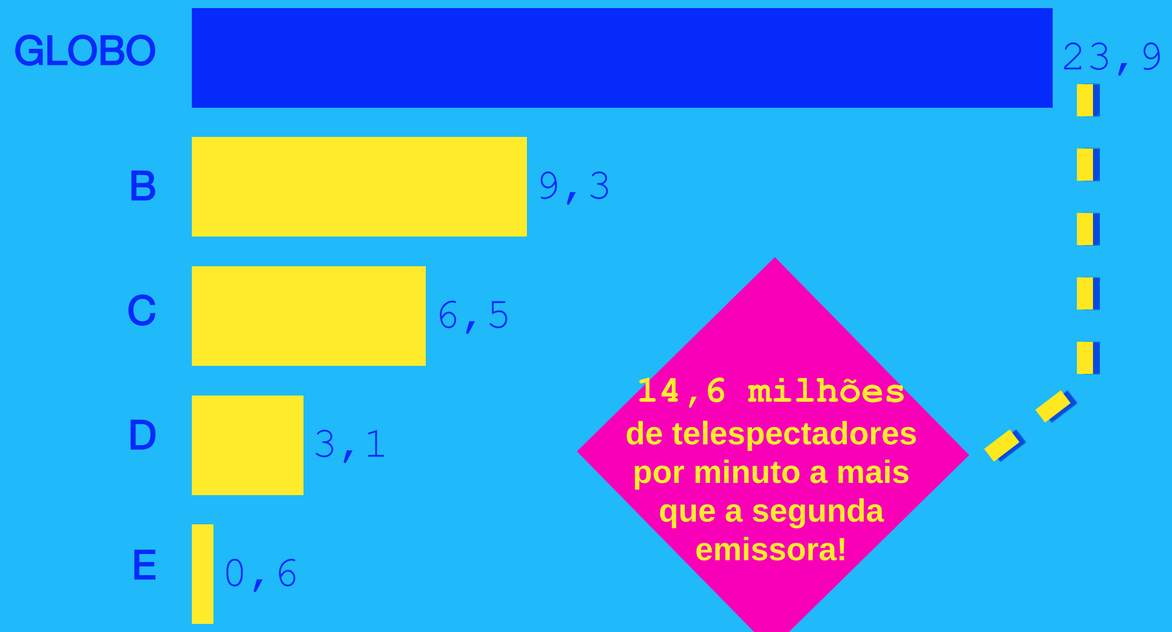
DIM – Núcleo de audiência

RELAÇÃO COM A CONCORRÊNCIA

AUDIÊNCIA (EM NÚMERO ABSOLUTO/MILHÕES)

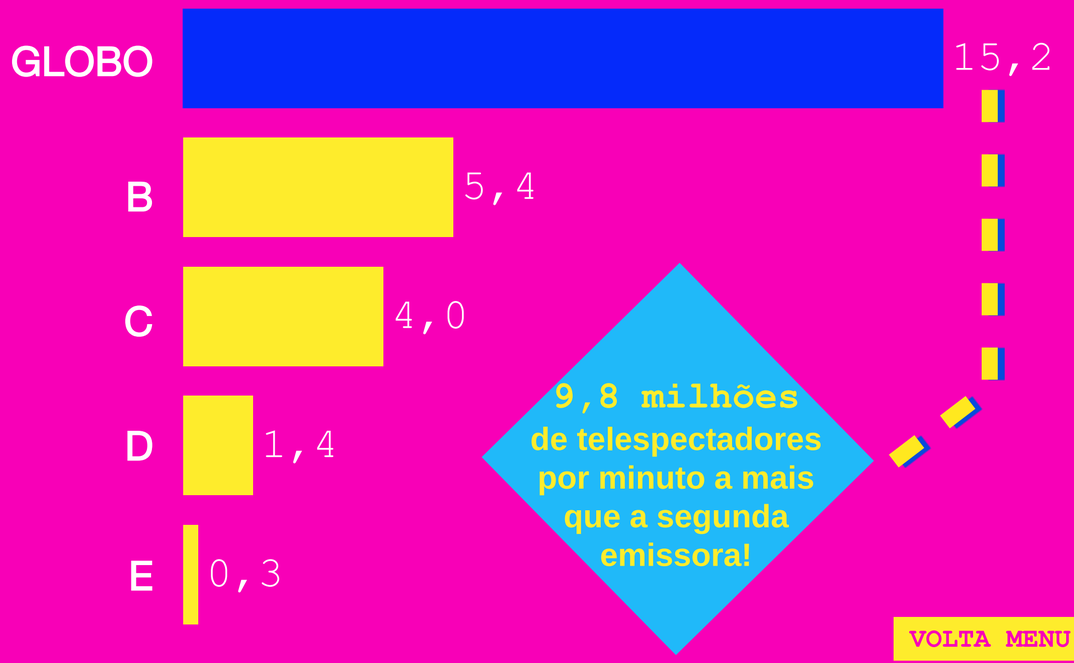
TOTAL DE INDIVÍDUOS

EMISSORAS



MULHERES

EMISSORAS



VOLTA MENU

FONTE: Kantar Media Workstation Regiões Metropolitanas TR Premium e PV Premium | Jan a 09/Dez 18 | Universo base Atlas da Rede Globo 202.420.696/ MM ABCDE 04+: 106.756.675

DIM – Núcleo de audiência

ENTRE OS TELESPECTADORES DA NOVELA II...

97,3 milhões *SÃO VICIADOS EM RECICLAR*

(Universo: 103.635.633/ Perfil: 59%)

83,0 milhões *POSSUEM CARTÃO DE CRÉDITO*

((Universo: 88.623.079/ Perfil: 50%)

59,4 milhões *POSSUEM ALGUM ANIMAL DE ESTIMAÇÃO*

(Universo: 63.535.596/ Perfil: 34%)

44,4 milhões *CONFIAM NOS PRODUTOS INDICADOS PELOS APRESENTADORES DE TV*

(Universo: 47.234.177/ Perfil: 27%)

22,6 milhões *SE ESPELHAM NOS PERSONAGENS DE NOVELA*

(Universo: 24.052.761/ Perfil: 13%)

FONTE: Kantar Ibope Media/ MW Telereport/ TGR Consolidado 11 Merc TR Premium e PV Premium/ Período aud: 01-jan-18 a 31-out-18.
Universo Projetado Atlas Globo (nov'18)/ Telespectadores Potenciais (12+ anos): 181.530.273.

VOLTA MENU

ENTRE OS TELESPECTADORES DA NOVELA II...

83,5

MILHÕES

CONSIDERAM A COZINHA COMO A MELHOR PARTE DE SUAS CASAS

(Universo: 88.623.079/ Perfil: 51%)

ENTRE ELES,

- **77,3 milhões concordam que cozinhar os fascina**
  (Universo: 82.106.142/ Perfil: 47%)
- **47,4 milhões praticam atividades culinárias (cursos/ receitas)**
  (Universo: 50.792.170/ Perfil: 27%)
- **43,6 milhões são sempre os primeiros a provar novos alimentos saudáveis**
  (Universo: 46.326.526/ Perfil: 27%)
- **30,3 milhões são considerados compradores gourmet**
  (Universo: 32.312.389/ Perfil: 18%)

FONTE: Kantar Ibope Media/ MW Telereport/ TGR Consolidado 11 Merc TR Premium e PV Premium/ Período aud: 01-jan-18 a 31-out-18.
Universo Projetado Atlas Globo (nov'18)/ Telespectadores Potenciais (12+ anos): 181.530.273.

VOLTA MENU

ENTRE OS TELESPECTADORES DA NOVELA Il...

106,9

MILHÕES

TÊM A MÚSICA COMO PARTE IMPORTANTE DA VIDA

(Universo: 114.273.307/ Perfil: 62%)

ENTRE ELES,

- **85,7 milhões costumam ouvir música como atividade de lazer**
  (Universo: 91.854.318/ Perfil: 47%)
- **30,5 milhões foram a shows musicais no último mês**
  (Universo: 32.856.979/ Perfil: 16%)
- **22,7 milhões costumam sair para dançar**
  (Universo: 24.361.363/ Perfil: 12%)
- **11,9 milhões tocam algum instrumento musical**
  (Universo: 12.924.955/ Perfil: 6%)

VOLTA MENU

FONTE: Kantar Ibope Media/ MW Telereport/ TGR Consolidado 11 Merc TR Premium e PV Premium/ Período aud: 01-jan-18 a 31-out-18.
Universo Projetado Atlas Globo (nov'18)/ Telespectadores Potenciais (12+ anos): 181.530.273.

DIM – Núcleo de audiência

ENTRE OS TELESPECTADORES DA NOVELA II...

134,8

MILHÕES

SÃO APAIXONADOS POR VIDA SAUDÁVEL

(Universo: 143.626.752/ Perfil: 80%)

ENTRE ELES,

- **112,3 milhões concordam que é importante manter a forma física**

  (Universo: 120.227.500/ Perfil: 66%)

- **77,6 milhões procuram ter uma dieta balanceada**

  (Universo: 82.487.356/ Perfil: 48%)

- **67,2 milhões praticam esportes/exercícios pelo menos uma vez por semana**

  (Universo: 72.031.212/ Perfil: 38%)

- **48,6 milhões frequentam a praia/lagoa pelo menos uma vez ao mês**

  Universo: 52.008.423/ Perfil: 26%)

VOLTA MENU

FONTE: Kantar Ibope Media/ MW Telereport/ TGR Consolidado 11 Merc TR Premium e PV Premium/ Período aud: 01-jan-18 a 31-out-18.
Universo Projetado Atlas Globo (nov'18)/ Telespectadores Potenciais (12+ anos): 181.530.273.

DIM – Núcleo de audiência

A NOVELA II NO DIGITAL

AUDIÊNCIA MENSAL DO SITE

2

MILHÕES

DE USUÁRIOS ÚNICOS

12

MILHÕES

DE VISUALIZAÇÕES DE PÁGINAS

VOLTA MENU

Fonte: Usuário único: Comscore Multi-Platform , média de Agosto/2018 a Outubro/2018 – referente a [SG] O Tempo Não Para
Visualizações de página: Google analitycs, mesmo período, referente as páginas que contém /novelas/o-tempo-nao-para/

INTELIGÊNCIA DIGITAL

A NOVELA II NO DIGITAL

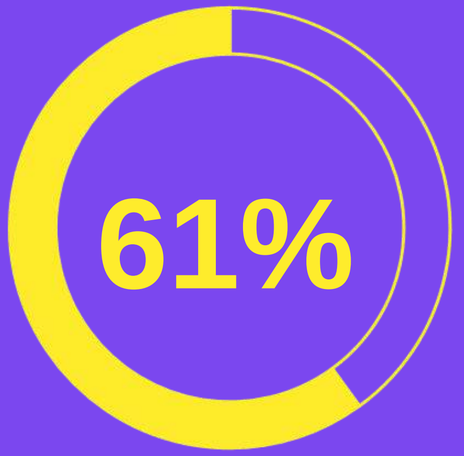
CONSUMO MENSAL DE VÍDEOS

O HORÁRIO DE MAIOR CONSUMO É ENTRE 20 HORAS E 23 HORAS.

CERCA DE

15

MILHÕES



SÃO CONSUMIDOS VIA GLOBOPLAY

Fonte: Google analitycs, de Agosto/2018 a Outubro/2018 – novela O Tempo Não Para

VOLTA MENU

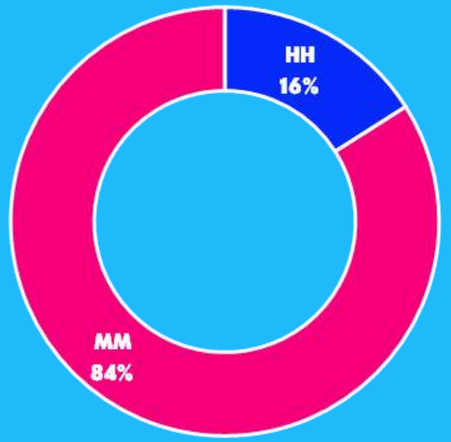
INTELIGÊNCIA DIGITAL

A NOVELA II NO DIGITAL

O SITE DA NOVELA II
É MAIS ACESSADO POR MULHERES
DA CLASSE ABC, PRINCIPALMENTE
NA FAIXA ETÁRIA ENTRE 25 A 44
ANOS

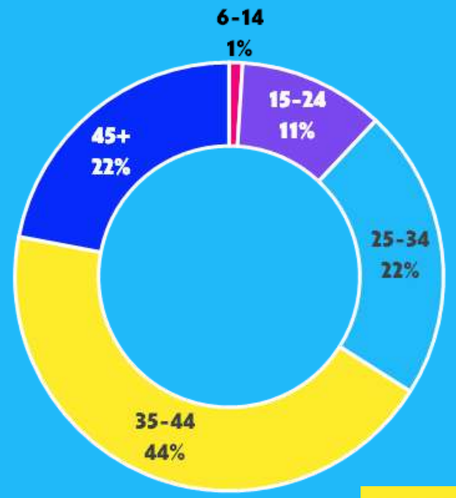
PERFIL DEMOGRÁFICO DO SITE

SEXO



CLASSE SOCIAL

FAIXA ETÁRIA



VOLTA MENU

FONTE: Comscore, perfil demográfico Multiplataforma. Site referência: Deus Salve o Rei Julho/2018

Classe social: Clickstream Brasil 2017 w2 2018 w1 - Multiplataforma - V.09.13.2018 - CS220 – Personas FULL SITE LIST: Deus Salve o Rei

INTELIGÊNCIA DIGITAL

A NOVELA II NO DIGITAL

PERFIL COMPORTAMENTAL DO SITE

82%

ACREDITAM QUE, INDEPENDENTE DO SEXO, AS RESPONSABILIDADES DE CASA DEVEM SER IGUAIS

(AFINIDADE 113)

76%

TÊM PRAZER EM RECEBER PESSOAS EM CASA

(AFINIDADE 108)

54%

AMAM COZINHAR

(AFINIDADE 121)

SÃO INTERNAUTAS QUE QUANDO ENCONTRAM UMA MARCA QUE GOSTAM E TENDEM A SEREM FIÉIS A ELA.

TAMBÉM DÃO PREFERÊNCIA PARA PRODUTOS DO BRASIL E ACREDITAM QUE COMPRAR ONLINE FACILITA A VIDA .

VOLTA MENU

FONTE: Clickstream Brasil 2017 w2 2018 w1 - Multiplataforma - V.09.13.2018 - CS220 – Personas FULL SITE LIST: Deus Salve o Rei

OPORTUNIDADE COMERCIAL

COMERCIAIS

VOLTA MENU

COMERCIAIS

Os intervalos da Novela II possibilitam ao anunciante exibir seu comercial para todo o Brasil ou em mercados específicos, de acordo com a estratégia de comunicação de suas marcas, por meio das 122 emissoras da Globo espalhadas pelo país.

SIGLA NO SIS.COM: N19H

Preço dos comerciais:

- 30”: R$ 2.880,00
- 15”: R$ 2.160,00

*Base de lista de preço de Abril a Setembro/19

VOLTA MENU

comercialonline.tv.br