

RACIOCÍNIO BÁSICO

O Poder Judiciário no Brasil enfrenta grandes desafios: alto nível de judicialização, quantidade elevada de processos pendentes, déficit de magistrados e servidores, baixo índice de confiança da população (apenas 50% dos brasileiros confiam na Justiça, segundo o Ranking de Confiança do IBGE). Essas são algumas das dificuldades que compõem o cenário no qual o Judiciário brasileiro se encontra.

De acordo com a edição de 2022 do relatório Justiça em Números, do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), o Poder Judiciário terminou o ano de 2021 com 77,3 milhões de processos em tramitação no Brasil. Considerando-se que em todos os tribunais do país havia, naquele ano, um total de 18.035 magistrados, 266.338 servidores e 140.538 trabalhadores auxiliares (terceirizados, conciliadores, juízes leigos etc.), percebe-se facilmente o tamanho da desproporção entre número de processos e recursos humanos para atender a essa gigantesca demanda.

Só de novos processos, foram 27,7 milhões em 2021, o que representa um aumento de 7,36% em relação ao ano anterior (25,8 milhões). Em média, a cada grupo de cem mil habitantes, 11.339 pessoas ingressaram em 2021 com uma ação judicial. É um crescimento de 9,9%, quando comparado com o mesmo indicador em 2020. Já a média de processos por magistrado em 2021 foi de 6.411, um aumento de 11,6% na carga de trabalho em relação ao ano de 2020.

Enquanto o número de processos aumenta a cada ano, sobrecarregando os magistrados, a quantidade de juízes não cresce na proporção necessária. O próprio CNJ aponta que, no Brasil, um em cada cinco cargos de juiz está vago. Dos 22.528 cargos criados por lei, 4.493 estavam vagos no final de 2021 (19,9% do total).

Na Bahia, a situação do Poder Judiciário não é muito diferente. Os números demonstram uma realidade de grandes dificuldades para uma prestação jurisdicional que possa atender plenamente as demandas da sociedade baiana.

Considerado de porte médio, o Tribunal de Justiça da Bahia (TJBA) possui hoje, segundo o informativo Radar do PJBA de abril de 2023, um total de 656 magistrados e 7.727 servidores para atender 203 Comarcas, 510 Varas e 98 Juizados Especiais. Segundo o relatório Justiça em Números do CNJ, a vacância nos cargos de juiz chega a quase 12%, mas esse percentual vai diminuir com a nomeação recente de 85 novos magistrados aprovados em concurso público para Juiz Substituto.

O CNJ aponta ainda que o Poder Judiciário baiano concluiu o ano de 2021 com 3.159.792 casos pendentes. Só de processos novos foram 1.266.430 em 2021, o que representa um aumento de 9,38% em relação ao ano anterior. São 7.116 casos novos por cem mil habitantes no estado, de acordo com o CNJ.

O relatório Justiça em Números revela ainda que se considerarmos o número de processos novos que ingressaram em 2021 e dividirmos pelo número de juízes e desembargadores do Tribunal de Justiça da Bahia, encontraremos um total de 1.668 novos casos por magistrado no 1º grau e 1.102 novos casos por magistrado no 2º grau. Isso no intervalo de apenas um ano.

Trata-se de um imenso desafio dar conta de um número tão elevado de processos, sobretudo em um contexto de crescimento anual da demanda. Ainda assim, o Índice de Produtividade de 2021 dos Magistrados do TJBA – calculado pela relação entre o total de casos baixados e o número de juízes que atuaram na jurisdição durante o ano – foi de 1.683 casos por magistrado. Esse resultado colocou o Poder Judiciário do Estado da Bahia (PJBA) na 9ª posição no Índice de Produtividade dos Magistrados, entre os 27 tribunais estaduais da Justiça comum.

Importante destacar que os investimentos em tecnologia têm desempenhado um papel fundamental para aumentar a produtividade e reduzir o tempo de tramitação processual.

No Poder Judiciário da Bahia, 100% dos novos processos que ingressam no primeiro grau são eletrônicos, de acordo com dados do CNJ.

Iniciativas como o projeto Juízo 100% Digital estão contribuindo para dar mais celeridade à prestação jurisdicional e facilitar o acesso da população à Justiça. Segundo o CNJ, o Poder Judiciário da Bahia é o terceiro tribunal com a maior quantidade de unidades judiciárias, onde o Juízo 100% Digital já está implantado e funcionando. São 706 unidades distribuídas em todo o estado. O projeto permite que todos os atos processuais sejam praticados por meio digital e remoto, pela Internet, inclusive audiências e sessões de julgamento.

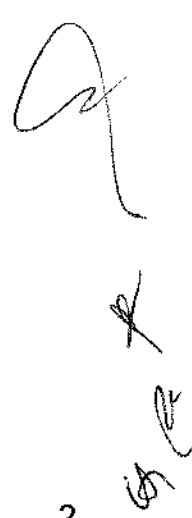
Além de democratizar o acesso da população à prestação jurisdicional, a modernização tecnológica possibilita ainda aumentar a transparência, garantindo assim o direito à informação de forma fácil e plena. Nesse aspecto, o Poder Judiciário da Bahia também tem se destacado, conquistando, em 2022, o primeiro lugar entre os tribunais mais transparentes do Brasil, no Ranking da Transparência do Conselho Nacional de Justiça.

O PJBA atendeu a 100% dos itens avaliados pelo CNJ. Os critérios são definidos anualmente e buscam identificar se os órgãos do Judiciário publicaram suas informações sobre audiências, sessões de julgamento, auditorias, prestação de contas, informações ao cidadão, gestão de pessoas, gestão orçamentária, licitações, contratos, entre outros pontos. Todas essas informações encontram-se no Portal da Transparência do Poder Judiciário do Estado da Bahia, disponíveis de forma acessível, objetiva e organizada.

Vale ressaltar que o compromisso do Judiciário baiano com a eficiência, a democratização do acesso e a transparência se insere no âmbito dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU). O objetivo 16 da Agenda, que trata da Paz, Justiça e Instituições Eficazes, prevê "proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis".

É importante, portanto, divulgar essa premiação, concedida pelo CNJ, porque demonstra a eficiência e a responsabilidade do Poder Judiciário da Bahia em relação à transparência dos seus atos e informações, além de fortalecer a estratégia de aproximação do PJBA com a população baiana, facilitando o acesso aos serviços da Justiça e contribuindo na construção de uma imagem positiva do Tribunal.

Nesse sentido, propomos aqui uma campanha publicitária com peças em diversos meios, que mostrem o que significa essa conquista para a sociedade e os benefícios para o cidadão, no que diz respeito à obtenção de informações de forma clara, concisa e padronizada acerca dos dados de gestão do Poder Judiciário do Estado da Bahia.

Handwritten signature and initials in the bottom right corner of the page.

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

O Poder Judiciário é um dos pilares do Estado Democrático de Direito. É ele o responsável pela aplicação das leis, pela garantia dos direitos individuais, coletivos e sociais, e pela resolução de conflitos entre cidadãos, entidades e Estado. Para exercer essa missão, que lhe é atribuída pela própria Constituição, é essencial que o sistema judiciário esteja próximo da população, contribuindo para a promoção de uma sociedade pacífica, democrática e inclusiva, na qual o acesso à Justiça seja garantido a todos.

Para isso, a comunicação exerce um papel fundamental como instrumento estratégico nesse objetivo de aproximar o Poder Judiciário das pessoas. Uma comunicação assertiva e bem planejada contribui para o fortalecimento da credibilidade no sistema de Justiça, e também na percepção do cidadão de transparência da instituição.

Em um contexto em que as instituições são chamadas cada vez mais a estarem comprometidas com as pessoas e com a sua responsabilidade social, a comunicação precisa ter como princípio o sentimento de empatia para gerar essa sensação de proximidade. Isso significa humanizar cada vez mais as abordagens e as narrativas.

As campanhas publicitárias e de marketing que humanizam suas abordagens e conceitos aproximam mais as marcas do seu público, gerando muito mais do que uma relação comercial. Elas proporcionam uma experiência de identificação, reforçando valores sociais positivos que auxiliam empresas e instituições na construção de uma imagem mais humana no imaginário das pessoas.

É isso o que estamos propondo nesta campanha para o Poder Judiciário do Estado da Bahia: a construção de uma comunicação publicitária que enfatize a primeira colocação em transparência, trazendo uma dimensão mais humana para essa conquista. Nesse contexto, nosso público-alvo vai além dos operadores do Direito (magistrados, advogados, promotores de Justiça, defensores públicos etc.) e busca atingir o cidadão, ou seja, o próprio jurisdicionado.

Nossa estratégia de comunicação parte de um ponto fundamental: dar conhecimento à população baiana, em todo o estado, de que o Poder Judiciário da Bahia é reconhecido como o primeiro lugar em transparência, entre os tribunais do país, no que diz respeito à disponibilidade de informações da gestão e facilidade de acesso a dados e serviços da Justiça.

Vamos destacar também o que esse reconhecimento representa para a população, uma vez que a transparência possibilita a fiscalização da gestão, permite que os cidadãos acompanhem os atos e informações do Tribunal, e faz com que a sociedade tenha acesso mais fácil à Justiça. Além do aspecto ético e legal sobre o compartilhamento de dados e informações com a sociedade, a transparência também contribui para aproximar o sistema judiciário do cidadão.

A transparência, portanto, é a protagonista da nossa campanha, que terá duração de 30 dias e o seguinte conceito:

**“PODER JUDICIÁRIO DO ESTADO DA BAHIA.
TRANSPARÊNCIA EM PRIMEIRO LUGAR.”**

A frase “Transparência em primeiro lugar” comunica de forma objetiva o tema principal da campanha. A construção do texto consegue sintetizar, em linguagem publicitária, os principais elementos da mensagem que queremos transmitir: a de que no PJBA a transparência está em primeiro lugar.

Trata-se de um conceito cuja formulação é essencialmente simples, o que nesse caso responde bem ao desafio criativo do briefing. O simples torna-se, assim, o melhor caminho em termos de formulação, porque transmite de forma direta a ideia principal, alcançando o público de todas as classes, em uma mensagem de fácil compreensão.

Junto com o conceito, que vai assinar a campanha, usaremos também, nas peças gráficas, o título "PRIMEIRO LUGAR EM TRANSPARÊNCIA NO BRASIL", que destaca a conquista do prêmio recebido pelo Poder Judiciário do Estado da Bahia. É um título que funciona bem tanto em meios de mensagem mais objetiva (outdoor, bancas de metrô, DOOH) quanto em peças que permitem aprofundar mais o conteúdo, como, por exemplo, o cartaz proposto em nossa campanha, cujo texto de apoio explica de forma mais detalhada a premiação e sua importância para a sociedade.

Na concepção de arte, optamos pela utilização de fotos de pessoas utilizando dispositivos tecnológicos (computador, celular) para acessar os serviços e informações do Poder Judiciário da Bahia, demonstrando curiosidade e interesse pelos conteúdos acessados. Com a popularização da Internet, o ato de buscar informações, sobretudo pelo smartphone, tornou-se corriqueiro entre a população, em todas as classes sociais. Ver-se representado nas peças da campanha faz o cidadão compreender que é fácil ter acesso ao Tribunal de Justiça da Bahia pelo computador ou celular. É uma solução criativa que humaniza a campanha, aproximando o Judiciário baiano do dia a dia do cidadão comum.

Os meios escolhidos em nosso planejamento dialogam com uma ampla faixa do público-alvo na capital e no interior. No caso das mídias offline (rádio, TV, outdoor, OOH, cartaz, DOOH), sua utilização em nossa estratégia é bem importante, porque elas potencializam o alcance da campanha, atingindo de forma abrangente o público das classes ABCD. A TV, por exemplo, continua sendo o meio de comunicação mais popular, mesmo com o crescimento das mídias online. O rádio também atinge diferentes públicos e alcança o target em diversas situações (no carro, na casa, no trabalho etc.).

Considerando que dispomos de uma verba limitada a R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais) para produção e veiculação das peças da campanha, optamos, no caso da mídia de TV, por uma solução mais econômica: inserções de 15 segundos que vão enfatizar o conceito "Transparência em primeiro lugar", divulgando o primeiro lugar conquistado pelo Poder Judiciário baiano no Ranking da Transparência do CNJ.

Para o rádio, vamos usar os formatos de spot, programete e testemunhal em emissoras nas principais cidades do estado, sendo que o testemunhal não será contemplado na capital. O spot terá duração de 30 segundos e com linguagem publicitária vai dialogar diretamente com a inserção veiculada na TV. O programete, por sua vez, terá duração de um minuto. Esse formato funciona como um programa de curta duração, transmitido entre um bloco e outro da programação das emissoras. Como o seu tempo é maior, permite detalhar mais as informações, explicando o que é essa premiação que o Poder Judiciário conquistou e como essa transparência beneficia o cidadão que utiliza os serviços da Justiça.

Já o testemunhal, também de 1 minuto, é uma propaganda na qual o próprio apresentador da emissora faz um relato ao vivo sobre o anunciante, de forma natural e espontânea. É um formato que faz uso da credibilidade do comunicador e se ajusta bem à estratégia de divulgar para o público em geral a informação de que o PJBA conquistou o primeiro lugar em transparência em um ranking que incluiu todos os tribunais do Brasil. Os testemunhais funcionam muito bem, e mais ainda em cidades do interior, onde os locutores costumam ser grandes influenciadores.

Para as mídias out of home, vamos utilizar outdoor, DOOH e bancas de metrô pelo potencial de impacto e amplificação. São meios que têm uma grande frequência de visualização por parte do público. A clareza e a simplicidade do título e do conceito da campanha se adequam muito bem a esses tipos de mídia, que têm como principal característica a concisão e a objetividade da mensagem. No anúncio que estamos propondo para esses veículos, a comunicação se dá de maneira instantânea, facilitando a assimilação da informação por parte das pessoas.

Em nossa estratégia, também vamos lançar mão da estrutura e capilaridade do Tribunal para fazer a campanha chegar a todas as comarcas. Para isso, criamos um cartaz para ser afixado nos fóruns, juizados especiais e nos cartórios de todo o estado, com distribuição interna pelo próprio Tribunal. Nesse sentido, o cartaz é uma peça de não mídia fundamental neste planejamento, porque ele vai atingir justamente o público que circula em todas as unidades judiciárias. Ao mesmo tempo, do ponto de vista da mensagem, é uma peça que aprofunda o conteúdo, porque ressalta o conceito e explica, no texto de apoio, o significado e a importância desse primeiro lugar em transparência do Poder Judiciário do Estado da Bahia. Importante esclarecer aqui que optamos por não utilizar as mídias impressas de revista e jornal em nossa estratégia de comunicação. Não obstante à credibilidade dos principais jornais impressos do país, o fato é que a circulação vem diminuindo, de acordo com dados do IVC (Instituto Verificador de Comunicação), divulgados pelo site Poder 360. Só em 2022, a queda em relação ao ano anterior chegou a uma média de 16,1% entre os 15 maiores jornais do Brasil (o baiano A Tarde, que atualmente é o 12º do país em circulação, teve uma queda de 11,8%).

O alto custo dos anúncios em jornais e revistas também foi determinante para essa decisão de não incluir as mídias impressas em nosso planejamento. Em termos de gestão da verba que temos disponível para essa campanha, as tabelas de valores de anúncios nesses veículos mostraram que não compensa fazer esse investimento, sendo preferível destinar os recursos para outros meios que oferecem melhor retorno.

Um bom exemplo disso são as mídias online cujo investimento em publicidade é bem mais em conta e as peças podem, inclusive, ser segmentadas por perfil de público, faixa etária, gênero, geolocalização, entre muitas outras opções. Vamos focar principalmente nas mídias mais acessadas através do celular, como Facebook, Instagram e YouTube.

No Instagram, por exemplo, o perfil oficial do Tribunal de Justiça da Bahia tem mais de 59 mil seguidores. O alcance orgânico das postagens nessa rede social, no entanto, não atinge em geral mais do que 3% dos seguidores. Já uma postagem patrocinada pode chegar a um número muito superior ao total de seguidores. Isso vale para todas as outras redes sociais porque o modelo de negócio dessas plataformas digitais é justamente estimular o investimento em publicidade para que as publicações obtenham mais alcance e engajamento.

Do ponto de vista do planejamento de marketing, as redes sociais também têm como vantagem, além do custo mais baixo de publicidade, a variedade de formatos de peças, como cards, vídeos, fotos, textos, animações, entre outras. No caso específico da nossa campanha, estamos propondo a publicação de um carrossel nas redes sociais do Tribunal de Justiça da Bahia, recurso próprio de comunicação, peça esta que também será impulsionada. Esse tipo de publicação tem como vantagem desenvolver o conteúdo em mais de um card, construindo uma sequência que o usuário vai acompanhando. Cada card do carrossel enfatiza assim um aspecto que reforça o conceito "Transparência em primeiro lugar". Essa lógica narrativa funciona tanto para as publicações no feed quanto nos stories das redes (Instagram e Facebook).

No âmbito das mídias online, teremos também banners animados, para veiculação nos principais blogs e sites de notícias baianos, com link para o Portal da Transparência. Como recurso próprio de comunicação, dois banners da campanha serão exibidos no site do TJBA, na Home e na página da Rádio Web TJBA.

Nossa estratégia prevê ainda a gravação de um podcast com o presidente do Tribunal de Justiça da Bahia, Desembargador Nilson Soares Castelo Branco, ou por outro Magistrado ou funcionário por este indicado, falando sobre o prêmio de primeiro lugar em transparência do Poder Judiciário da Bahia e sua importância para a sociedade baiana. Essa entrevista será exibida no Programa Saiba Mais, da Rádio Web TJBA, como utilização de recursos

próprios de comunicação, alcançando o público interno do Tribunal, além dos inscritos no canal do YouTube do PJBA.

Quanto às principais questões que envolvem essa estratégia de comunicação publicitária, nossa proposta pode ser resumida da seguinte forma:

O que dizer: o Poder Judiciário do Estado da Bahia conquistou o primeiro lugar no prêmio da Transparência do Conselho Nacional de Justiça em 2022. Essa informação está sintetizada no conceito “Poder Judiciário do Estado da Bahia – Transparência em primeiro lugar”, com as peças publicitárias cumprindo o papel de explicar o que significa essa conquista.

A quem dizer: nossa estratégia contempla não apenas operadores do Direito, mas sobretudo a população em geral, o cidadão comum, de ambos os sexos, das classes ABCD, com destaque para a faixa etária acima de 25 anos.

Como dizer: com uma linguagem simples e objetiva, com uma mensagem de fácil compreensão para todas as classes. O texto e a direção de arte vão trazer uma dimensão mais humana para essa conquista, contribuindo assim para aproximar o cidadão do Poder Judiciário do Estado da Bahia.

Quando dizer: a campanha terá a duração de trinta dias, de 1º a 30 de julho de 2023.

Instrumentos, ferramentas e meios de divulgação: VT 15” para TV; spot, programete e testemunhal de rádio; vinheta de 10” para telas LCD em shopping (DOOH), outdoor, banca de metrô, peças para redes sociais, banners para sites e blogs direcionando para o Portal da Transparência, cartaz para ser afixado nas unidades judiciárias e podcast de entrevista com o presidente do Tribunal ou por outro funcionário por este indicado, na Rádio Web TJBA.

Como desdobramento dessa campanha, propomos ainda que o PJBA passe a adotar o conceito “Transparência em Primeiro Lugar” como slogan de assinatura do seu brasão oficial. É uma forma de reforçar a mensagem publicitária trabalhada ao longo da campanha, e ao mesmo tempo reafirmar o seu compromisso com esse valor tão importante que é a transparência. Com essa estratégia de comunicação publicitária, sua abordagem e o amplo escopo de meios propostos nessa campanha, temos a possibilidade de formar no imaginário da sociedade baiana a percepção de que o PJBA é transparente. E isso é de grande importância na construção de uma imagem positiva do Tribunal junto à população.



IDEIA CRIATIVA

Relação de todas as peças e suas funções táticas:

PEÇAS CORPORIFICADAS:

1. VT 15" - O comercial de TV, que também será divulgado na internet, é uma das peças mais importantes da nossa campanha, sobretudo pelo grande alcance junto ao público-alvo, em todo o Estado, e tem como função tática enfatizar o conceito da campanha;
2. Spot de rádio 30" – Valendo-se do meio de grande capilaridade e penetração, o formato de 30 segundos permite ampliar a frequência com a função tática de divulgar o conceito;
3. Outdoor 9x3m – Meio de sustentação que tem a função tática de reforçar a presença da campanha nas ruas, aproximando nossa mensagem do grande público, através de uma peça com forte apelo visual e abordagem direta;
4. Banca de metrô 3,50x1,95m – Peça de forte apelo visual com a função tática de ampliar o alcance da campanha, atingindo um número ainda maior de pessoas;
5. Cartaz 30x42cm – Peça de não mídia fundamental por atingir os públicos interno e externo, com a função tática de levar a mensagem a todos que chegam às unidades do judiciário baiano;
6. Carrossel 800x800px – Será publicado no feed do Facebook/Instagram, com a função tática de divulgar o conceito e levar o internauta para o Portal da Transparência.

PEÇAS NÃO CORPORIFICADAS:

7. Programete de rádio 60" – Funciona como um programa de curta duração, no intervalo comercial das rádios, com a função tática de detalhar e explicar a premiação conquistada pelo Poder Judiciário do Estado da Bahia;
8. Testemunhal de rádio 60" – Peça que se vale da credibilidade do locutor/influenciador da rádio no interior, para falando ao vivo criar empatia e divulgar o conceito da campanha;
9. Vinheta 10" – Veiculada em telas LCD no Shopping Salvador (DOOH), com a função tática de divulgar o conceito e ampliar o alcance da campanha;
10. Podcast na Rádio Web TJBA – Entrevista com o presidente do Tribunal ou outro funcionário por este indicado, no programa Saiba Mais, da Rádio Web TJBA, recurso próprio de comunicação encontrado no site do Poder Judiciário do Estado da Bahia. Uma peça de não mídia com a função tática de esclarecer a importância do prêmio recebido para o público interno e inscritos no canal YouTube do PJBA, onde são publicados os podcasts;
- 11 a 16. Banners diversos para sites e blogs do meio digital nos formatos 300x250px, 800x600px, 728x90px, 970x150px, 320x50px, 940x600px – Com a função tática de divulgar o conceito da campanha e direcionar o target para o Portal da Transparência;
17. Banner Newsfeed para redes sociais, no formato 800x800px – Com a função tática de divulgar o conceito da campanha e direcionar o target para o Portal da Transparência;
- 18 a 22. Stories para redes sociais, no formato 1080x1920px (área total), 1080x1420 (área visível) – Com a função tática de divulgar o conceito e direcionar o target para o Portal da Transparência do Poder Judiciário do Estado da Bahia, trabalhando um público diversificado, não cansando a audiência com a mesma publicação.

7

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

Este planejamento de mídia tem como ponto principal apresentar uma estratégia embasada nos institutos de pesquisa para entregar as melhores condições táticas, bem como o melhor custo-benefício entre os meios e plataformas que serão utilizadas para exibição da mensagem da campanha proposta, pensando na economicidade dos recursos propostos.

Objetivo: divulgar o 1º Lugar no Prêmio da Transparência do Conselho Nacional de Justiça em 2022, garantindo a toda a sociedade o pleno acesso à informação e os critérios de transparência adotados pelo PJBA. Praça: Estado da Bahia, 14.930.634 habitantes (Portal Cidades/IBGE/2020). Público: geral do Estado da Bahia, ambos os sexos, 25+, classes ABCD, além dos servidores do TJBA e stakeholders. Período: de 1º a 30/07/23, com distribuição dos meios e oscilação de performance.

TÁTICA DE MÍDIA – RÁDIO: meio que apresenta características importantes: possibilidade de segmentação regional, identidade local e rápida disseminação das mensagens. Permite maior frequência de comerciais e maior duração de exposição da campanha, além de se tratar de um meio de massa com custos mais acessíveis. No planejamento vamos trabalhar com inserções de 30" e 60" nas 2 rádios de maiores audiências no target AS ABCDE e cobertura, Piatã FM e GFM. As 2 rádios se complementam por serem de perfis opostos (GFM, mais qualificada, e Piatã FM, mais popular). O somatório das audiências e alcance das 2 trarão capilaridade à campanha (Salvador e RMS). Serão 3 semanas na faixa horária com spot 30" e programete 60" em horários determinados, enfatizando e credibilizando a mensagem. Para o público do interior, selecionamos 22 cidades mais populosas do Estado (IBGE) e que possuem as comarcas de entrância final. Vamos trabalhar o spot 30" nas principais rádios de cada cidade, durante 3 semanas, e 1 semana de testemunhal com grandes comunicadores de 8 cidades, sustentando a confiabilidade da mensagem; **METRÔ:** as estações de metrô ajudarão no impacto visual. São mais de 8 milhões de embarques/mês nas estações, mais de 309 mil diários. Veicularemos 3 bancas (mídia de alto impacto) nas estações de maior fluxo (Lapa, Pirajá e Aeroporto). Além de impacto, trará cobertura à campanha; **DOOH:** mídia de monitores de Led em pontos de grande circulação. Utilizaremos vinheta de 10" nas telas do Salvador Shopping para garantir alta frequência e ampliar o recall da campanha; **OUTDOOR:** na busca pelo impacto visual e comunicação no

trânsito de veículos e pedestres, 8 placas em vias de grande circulação de Salvador, meio fundamental para absorção da mensagem pela forte penetração e importância no consumo; TELEVISÃO: meio de maior penetração no total da população e maior cobertura no Estado. De grande importância para o resultado da campanha, por contemplar cidades onde o rádio não alcança. Selecionamos a emissora de maior audiência e share do Estado, TV Bahia e suas afiliadas, cobrindo todo o território da Bahia com um VT 15" em programas jornalísticos locais e de variedades, durante 8 dias; DIGITAL: a programática busca uma entrega individualizada do anúncio com segmentação altamente otimizada, utilizando inteligência artificial e dados para alcançar o consumidor conectado em qualquer momento. Serão mapeados os principais agregadores de audiência com diversos formatos e alto volume de entrega dentro do investimento em cada veículo que possua audiência no perfil dos targets. A parte tática foi desenhada com 5 caminhos: impactar, atrair, interessar, engajar e reimpactar, entendendo o comportamento no ambiente digital e otimizando a campanha para impactar de forma natural. Nesse ambiente, será trabalhado o carrossel, o card simples e o VT 15", no Facebook e Instagram, em stories e em newsfeed, além do YouTube com formato de Thruview in. Teremos uma verba mais direcionada para awareness (reconhecimento), focando em diversos formatos de Display. Vamos dar uma maior proporção à mensagem, utilizando a estratégia de anúncios em lista com grandes portais, canais interativos e aplicativos. Em paralelo à campanha de alcance, a estratégia de tráfego para gerar consideração e atingir os usuários de todas as etapas da jornada (topo, meio e fundo de funil), além de visualizações de vídeos e meta ads para dar mais abrangência à campanha. Entre os canais teremos foco em Display com maior proporção de verba, seguido por vídeo programático, YouTube, Meta ads e Google ads.

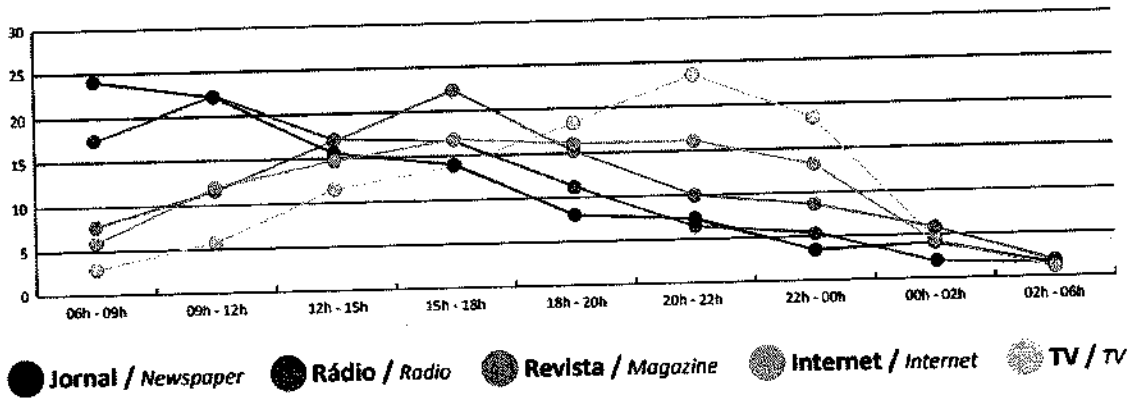
TÁTICA DE NÃO MÍDIA – CARTAZ: peça de alto impacto visual, afixada nas unidades do judiciário baiano, fala diretamente com os públicos interno/externo; PODCAST: entrevista sobre o prêmio na Rádio Web TJBA, direcionada ao público interno e inscritos no canal do PJBA, no YouTube. Usaremos, ainda, de forma orgânica, os BANNER/CARROSSEL/ VT/ CARDS no site e redes sociais, próprios do PJBA.

CONCLUSÃO – Com essa estratégia de mídia e não mídia, alcançaremos de forma eficiente os objetivos do briefing.

ANEXOS DE MÍDIA

Importância relativa dos horários para o consumo de cada mídia: momento de contato com os meios

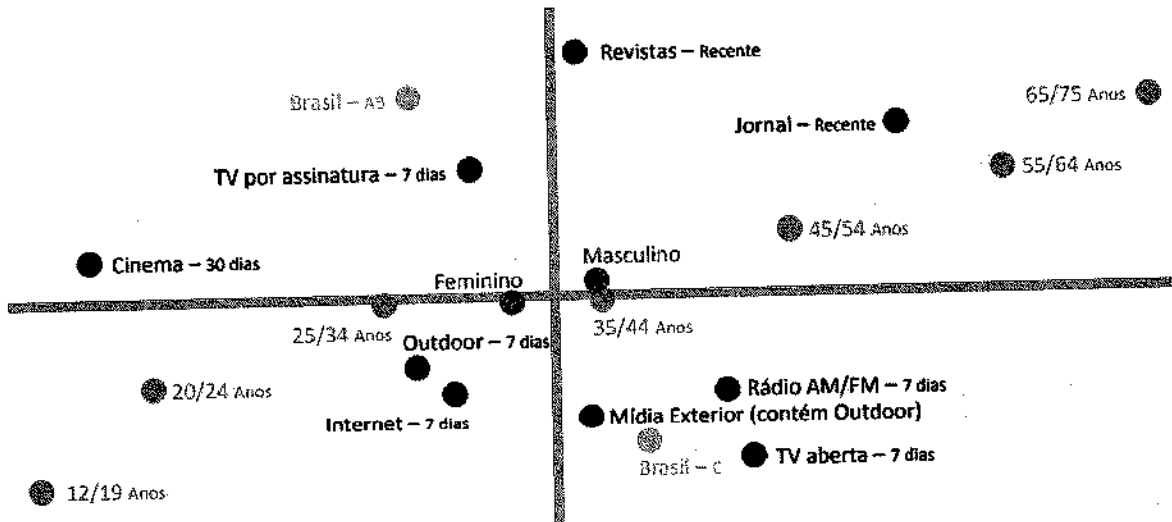
Relative importance of the hour of the day for the consumption of each medium:
moment of contact with mediums



Fonte: Mídia Dados 2021

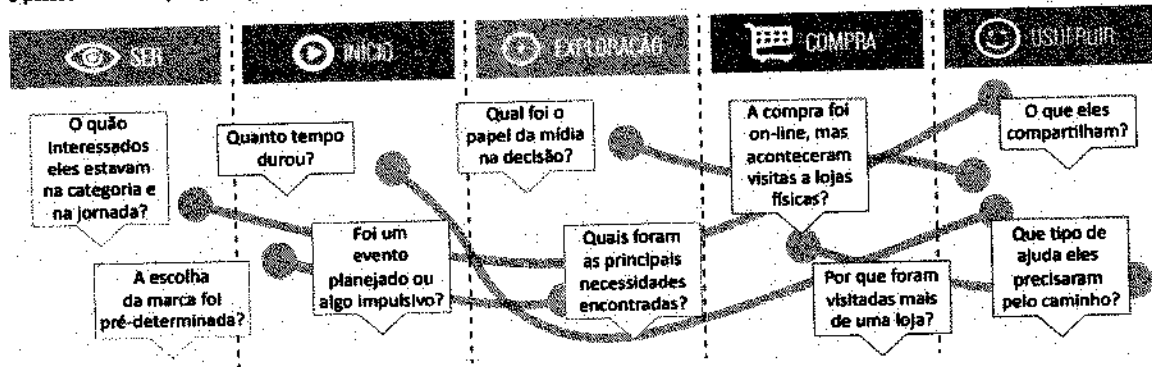
Mapa de correspondência Posicionamento: meios de comunicação X dados demográficos

Correspondence map
Positioning: communication medium vs. demographic data



Fonte: Mídia Dados 2021

Modelo para capturar jornadas individuais e quantificar decisões-chaves e influências
 5 passos comuns a qualquer tipo de jornada:



Fonte: Mídia Dados 2021

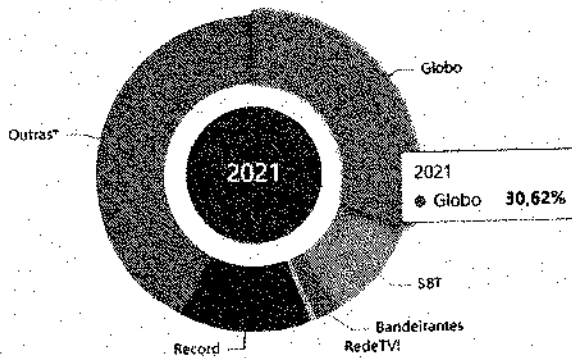
TELEVISÃO

Participação da audiência nas redes - Share (%) - Total ligados especial (TLE)

Network audience share - Total Linked Special

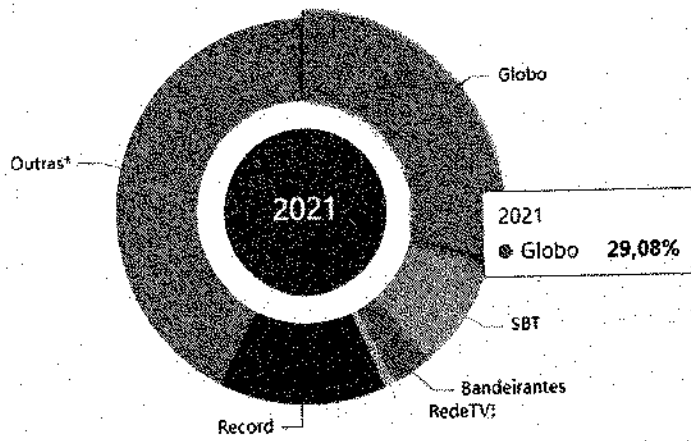
Total da população - Segunda a domingo

Matutino 7h às 12h



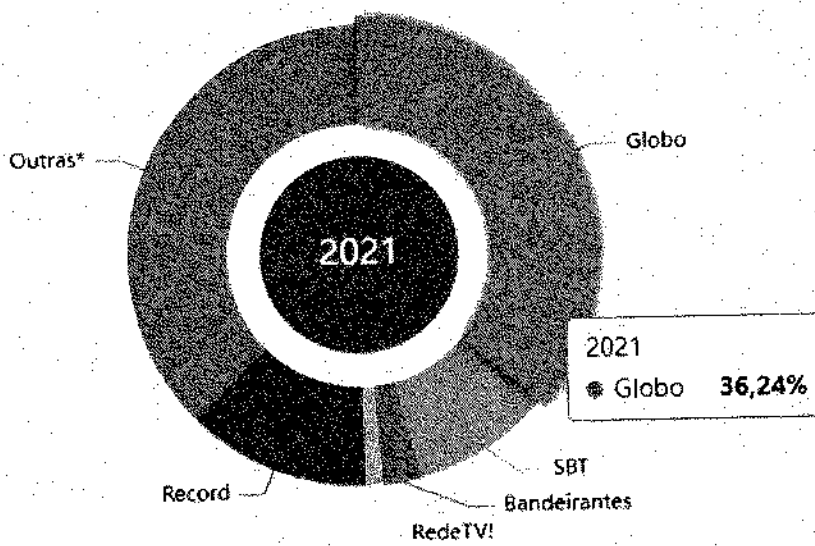
Vespertino 12h às 18h

[Handwritten signatures and initials]



Fonte: Mídia Dados 2022

Noturno 18h à 00h



Fonte: Mídia Dados 2022

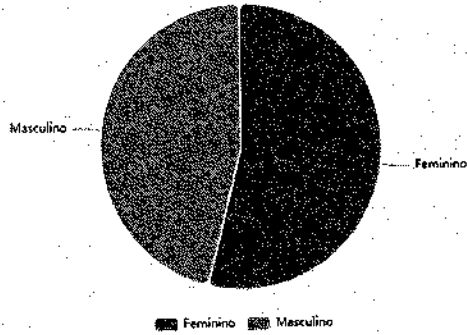
[Handwritten signatures and initials]

Perfil dos consumidores

Viewers Profile

Gênero

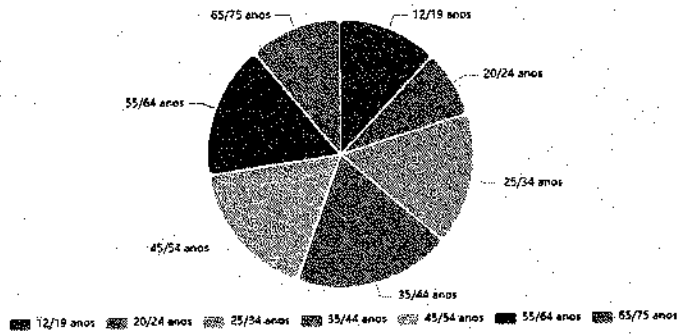
Gender



Fonte: Mídia Dados 2022

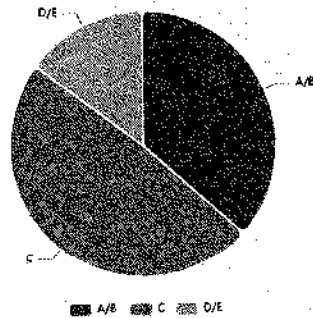
Faixa etária

Age group



Classe econômica

Economic class



Fonte: Mídia Dados 2022

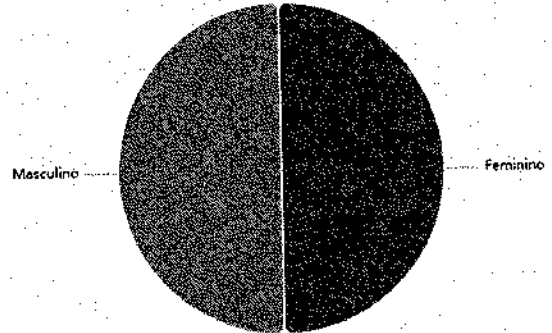
Handwritten signatures and initials.

Perfil dos consumidores

Viewers Profile

Sexo

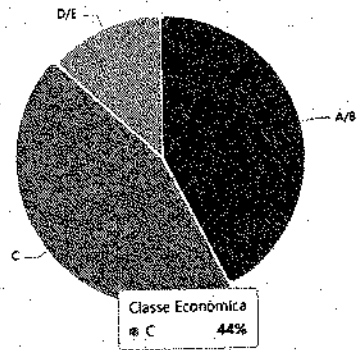
Sex



Fonte: Mídia Dados 2022

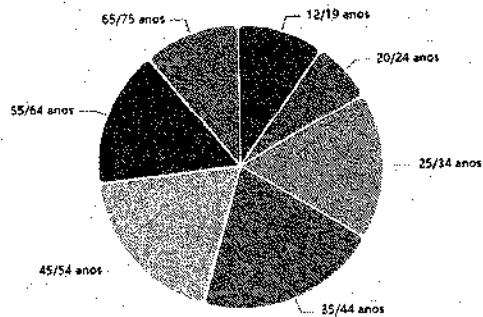
Classe econômica

Economic class



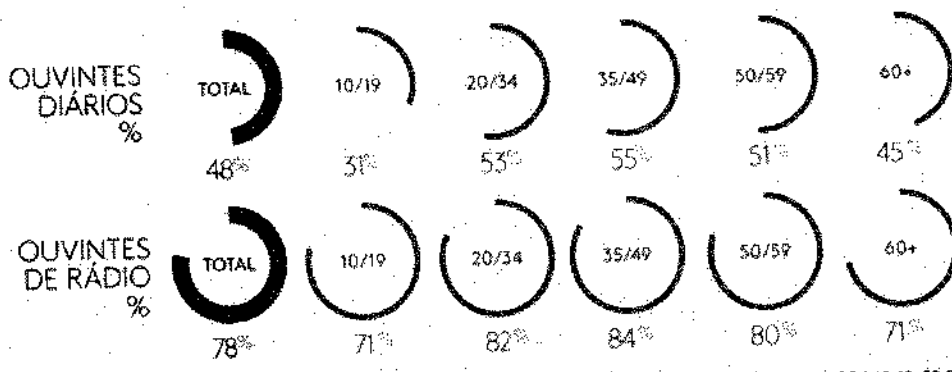
Faixa etária

Age group



Fonte: Mídia Dados 2022

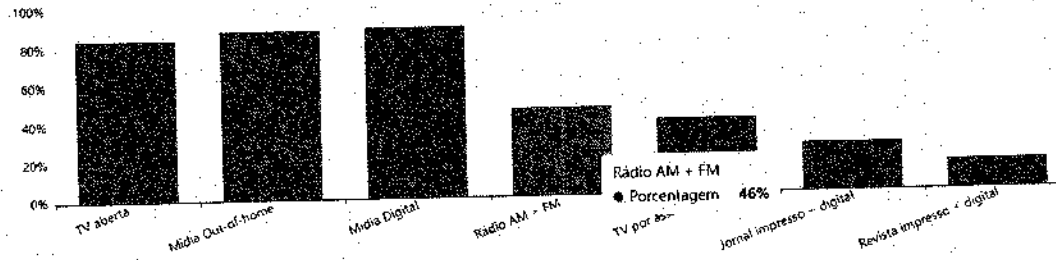
Handwritten signatures and initials.



Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | 13 PRAÇAS | ABR/2020 A JUN/2020 | TOTAL EMISSORAS | AMBOS | SEXO AMBOS | 10-19, 20-29, 30-39, 40-49, 50-59, 60+ | 05 - 05 | 2ª-Dom | ALC1% | ALC30%

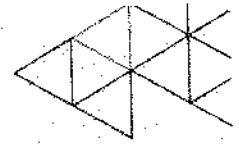
Penetração do meio no total da população – 30 dias

Penetration of the medium in the population – 30 days



Fonte: Kantar IBOPE Media - Target Group Index - BR TG 2021 R2 - Agosto/20-Março/21 + Maio/21/Setembro 21 - 14 mercados

A Força do Meio RÁDIO



Mais de **2,4 milhões** de ouvintes escutam rádio em Salvador e região metropolitana.

70% da população da Grande Salvador é ouvinte de rádio.

4h14 é a média de tempo que cada ouvinte escuta por dia.



Fonte: Kantar IBOPE Media - EasyMedia4 - Salvador e Região Metropolitana - Total Emissoras - Sexo Ambos - 10-19, 20-29, 30-39, 40-49, 50-59, 60+ | 05 - 05 | 2ª-Dom | ALC1% | ALC30%

Handwritten signatures and initials in the bottom right corner.

Por que anunciar a Piatã FM?



80%
dos estabelecimentos
ouvem rádio
mensalmente

temos **16%+**

Audiência que o segundo lugar

Nosso final de semana



temos **55%+**
De audiência
que o **2º**



O maior alcance
em 30 dias
744.350
ouvintes

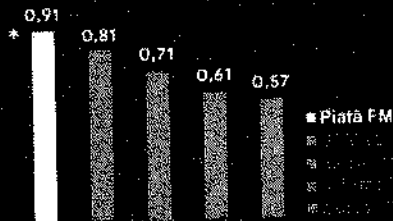


3h
Tempo Médio
consumo



FONTES: KANTAR IBOPE ESTADÍSTICA - ALC. 30/10/11 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) (8) (9) (10) (11) (12) (13) (14) (15) (16) (17) (18) (19) (20) (21) (22) (23) (24) (25) (26) (27) (28) (29) (30) (31) (32) (33) (34) (35) (36) (37) (38) (39) (40) (41) (42) (43) (44) (45) (46) (47) (48) (49) (50) (51) (52) (53) (54) (55) (56) (57) (58) (59) (60) (61) (62) (63) (64) (65) (66) (67) (68) (69) (70) (71) (72) (73) (74) (75) (76) (77) (78) (79) (80) (81) (82) (83) (84) (85) (86) (87) (88) (89) (90) (91) (92) (93) (94) (95) (96) (97) (98) (99) (100) (101) (102) (103) (104) (105) (106) (107) (108) (109) (110) (111) (112) (113) (114) (115) (116) (117) (118) (119) (120) (121) (122) (123) (124) (125) (126) (127) (128) (129) (130) (131) (132) (133) (134) (135) (136) (137) (138) (139) (140) (141) (142) (143) (144) (145) (146) (147) (148) (149) (150) (151) (152) (153) (154) (155) (156) (157) (158) (159) (160) (161) (162) (163) (164) (165) (166) (167) (168) (169) (170) (171) (172) (173) (174) (175) (176) (177) (178) (179) (180) (181) (182) (183) (184) (185) (186) (187) (188) (189) (190) (191) (192) (193) (194) (195) (196) (197) (198) (199) (200) (201) (202) (203) (204) (205) (206) (207) (208) (209) (210) (211) (212) (213) (214) (215) (216) (217) (218) (219) (220) (221) (222) (223) (224) (225) (226) (227) (228) (229) (230) (231) (232) (233) (234) (235) (236) (237) (238) (239) (240) (241) (242) (243) (244) (245) (246) (247) (248) (249) (250) (251) (252) (253) (254) (255) (256) (257) (258) (259) (260) (261) (262) (263) (264) (265) (266) (267) (268) (269) (270) (271) (272) (273) (274) (275) (276) (277) (278) (279) (280) (281) (282) (283) (284) (285) (286) (287) (288) (289) (290) (291) (292) (293) (294) (295) (296) (297) (298) (299) (300) (301) (302) (303) (304) (305) (306) (307) (308) (309) (310) (311) (312) (313) (314) (315) (316) (317) (318) (319) (320) (321) (322) (323) (324) (325) (326) (327) (328) (329) (330) (331) (332) (333) (334) (335) (336) (337) (338) (339) (340) (341) (342) (343) (344) (345) (346) (347) (348) (349) (350) (351) (352) (353) (354) (355) (356) (357) (358) (359) (360) (361) (362) (363) (364) (365) (366) (367) (368) (369) (370) (371) (372) (373) (374) (375) (376) (377) (378) (379) (380) (381) (382) (383) (384) (385) (386) (387) (388) (389) (390) (391) (392) (393) (394) (395) (396) (397) (398) (399) (400) (401) (402) (403) (404) (405) (406) (407) (408) (409) (410) (411) (412) (413) (414) (415) (416) (417) (418) (419) (420) (421) (422) (423) (424) (425) (426) (427) (428) (429) (430) (431) (432) (433) (434) (435) (436) (437) (438) (439) (440) (441) (442) (443) (444) (445) (446) (447) (448) (449) (450) (451) (452) (453) (454) (455) (456) (457) (458) (459) (460) (461) (462) (463) (464) (465) (466) (467) (468) (469) (470) (471) (472) (473) (474) (475) (476) (477) (478) (479) (480) (481) (482) (483) (484) (485) (486) (487) (488) (489) (490) (491) (492) (493) (494) (495) (496) (497) (498) (499) (500) (501) (502) (503) (504) (505) (506) (507) (508) (509) (510) (511) (512) (513) (514) (515) (516) (517) (518) (519) (520) (521) (522) (523) (524) (525) (526) (527) (528) (529) (530) (531) (532) (533) (534) (535) (536) (537) (538) (539) (540) (541) (542) (543) (544) (545) (546) (547) (548) (549) (550) (551) (552) (553) (554) (555) (556) (557) (558) (559) (560) (561) (562) (563) (564) (565) (566) (567) (568) (569) (570) (571) (572) (573) (574) (575) (576) (577) (578) (579) (580) (581) (582) (583) (584) (585) (586) (587) (588) (589) (590) (591) (592) (593) (594) (595) (596) (597) (598) (599) (600) (601) (602) (603) (604) (605) (606) (607) (608) (609) (610) (611) (612) (613) (614) (615) (616) (617) (618) (619) (620) (621) (622) (623) (624) (625) (626) (627) (628) (629) (630) (631) (632) (633) (634) (635) (636) (637) (638) (639) (640) (641) (642) (643) (644) (645) (646) (647) (648) (649) (650) (651) (652) (653) (654) (655) (656) (657) (658) (659) (660) (661) (662) (663) (664) (665) (666) (667) (668) (669) (670) (671) (672) (673) (674) (675) (676) (677) (678) (679) (680) (681) (682) (683) (684) (685) (686) (687) (688) (689) (690) (691) (692) (693) (694) (695) (696) (697) (698) (699) (700) (701) (702) (703) (704) (705) (706) (707) (708) (709) (710) (711) (712) (713) (714) (715) (716) (717) (718) (719) (720) (721) (722) (723) (724) (725) (726) (727) (728) (729) (730) (731) (732) (733) (734) (735) (736) (737) (738) (739) (740) (741) (742) (743) (744) (745) (746) (747) (748) (749) (750) (751) (752) (753) (754) (755) (756) (757) (758) (759) (760) (761) (762) (763) (764) (765) (766) (767) (768) (769) (770) (771) (772) (773) (774) (775) (776) (777) (778) (779) (780) (781) (782) (783) (784) (785) (786) (787) (788) (789) (790) (791) (792) (793) (794) (795) (796) (797) (798) (799) (800) (801) (802) (803) (804) (805) (806) (807) (808) (809) (810) (811) (812) (813) (814) (815) (816) (817) (818) (819) (820) (821) (822) (823) (824) (825) (826) (827) (828) (829) (830) (831) (832) (833) (834) (835) (836) (837) (838) (839) (840) (841) (842) (843) (844) (845) (846) (847) (848) (849) (850) (851) (852) (853) (854) (855) (856) (857) (858) (859) (860) (861) (862) (863) (864) (865) (866) (867) (868) (869) (870) (871) (872) (873) (874) (875) (876) (877) (878) (879) (880) (881) (882) (883) (884) (885) (886) (887) (888) (889) (890) (891) (892) (893) (894) (895) (896) (897) (898) (899) (900) (901) (902) (903) (904) (905) (906) (907) (908) (909) (910) (911) (912) (913) (914) (915) (916) (917) (918) (919) (920) (921) (922) (923) (924) (925) (926) (927) (928) (929) (930) (931) (932) (933) (934) (935) (936) (937) (938) (939) (940) (941) (942) (943) (944) (945) (946) (947) (948) (949) (950) (951) (952) (953) (954) (955) (956) (957) (958) (959) (960) (961) (962) (963) (964) (965) (966) (967) (968) (969) (970) (971) (972) (973) (974) (975) (976) (977) (978) (979) (980) (981) (982) (983) (984) (985) (986) (987) (988) (989) (990) (991) (992) (993) (994) (995) (996) (997) (998) (999) (1000)

Números da Piatã - 1º semestre



61% CLASSES A/B/C
39% CLASSES D/E**

55% dos nossos
ouvintes são
mulheres
45% são homens**



66% dos nossos
ouvintes têm entre
18 e 49 anos**

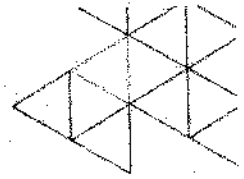


FONTES: KANTAR IBOPE ESTADÍSTICA - IND. ALC. 30/11 - AMBOS OS SEXOS - EM TODOS OS DIAS - MÉDIA DE NOVEMBRO A DEZEMBRO - CID. SALVADOR
FONTES: KANTAR IBOPE ESTADÍSTICA - IND. ALC. 30/11 - AMBOS OS SEXOS - EM TODOS OS DIAS - MÉDIA DE NOVEMBRO A DEZEMBRO - CID. SALVADOR

Handwritten signatures and initials.

GFM 90,1

No ar desde 1988, a GFM 90,1, rádio feita para quem gosta de música, pode ser ouvida no dial 90,1. A programação mescla sucessos nacionais e internacionais, além de oferecer ao ouvinte boletins atualizados com informações sobre trânsito, política e agenda cultural de Salvador e região metropolitana.



Rádio líder de audiência em Salvador, das 5h à 0h, no target AB*25+.

A GFM atinge mais de 35 mil ouvintes por minuto no público todas as classes.

Perfil do Ouvinte

86% dos ouvintes são das classes ABC e 90% tem idade acima de 25 anos.

Classe AB: 42%
Classe C: 44%
Classe DE: 14%



10 - 24 anos: 10%
25 - 39 anos: 30%
40 - 49 anos: 30%
50 - 59 anos: 17%
60+: 13%



MULHERES: 48%
HOMENS: 52%

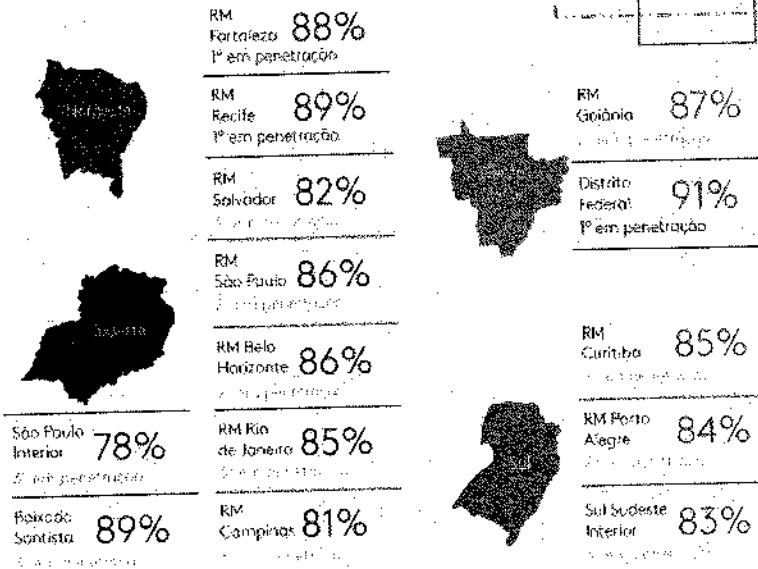
OOH (OUT OF HOME)

Força Local

OOH tem importância em mercados locais.

Ao analisar a penetração do meio, considerando a exposição nos últimos 7 dias, ela chega a 91% em Brasília, 89% na Baixada Santista e 89% em Recife.

Em comparação ao consumo de outros meios, OOH já é o mais consumido em 3 dos 14 mercados e o segundo mais consumido em 5 deles.




MEIOS DE TRANSPORTE 

99,5% Utilizaram algum meio de transporte (últimos 7 dias)


10h18 

Tempo total médio dispendido utilizando meios de transporte (últimos 7 dias)


LOCAIS FREQUENTADOS E MEIOS UTILIZADOS

99,6% 


Ruas e avenidas da cidade (últ. 30 dias)

90% 

Transporte público/privado (últ. 7 dias)

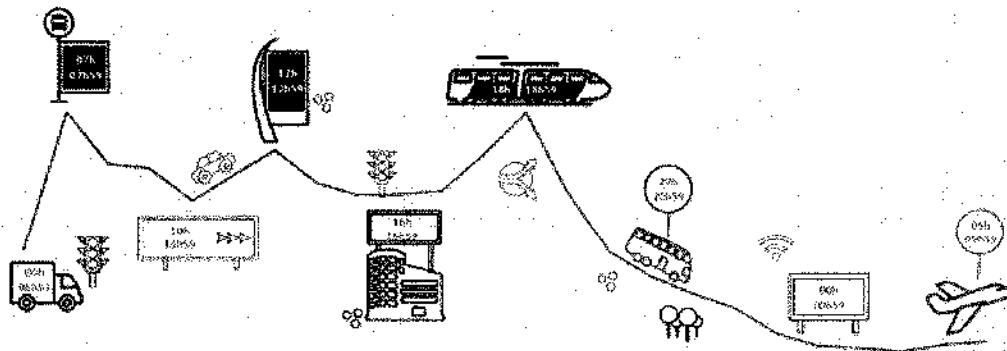
90% 

Supermercados/ Hipermercados (últ. 30 dias)

39% 

Shopping Centers (últ. 30 dias)

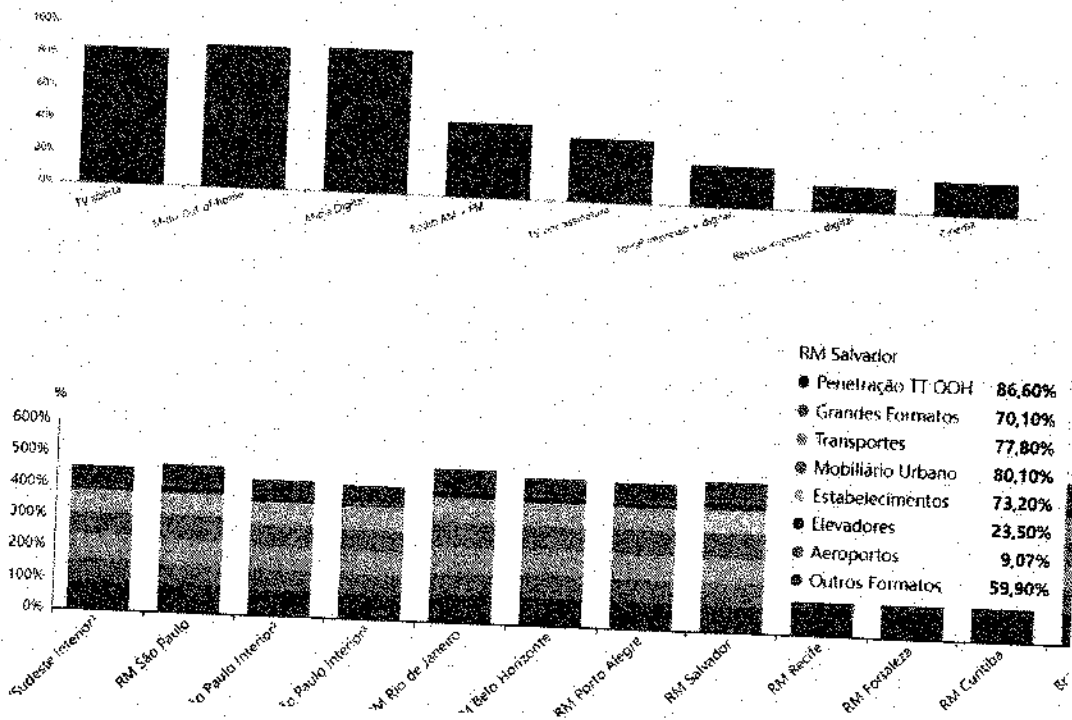
Fonte: Kantar IBOPE Média Target Group Index BR TG 2019 I (2018 1s + 2018 2s) - Utilizou meios de transporte nos últimos 7 dias / Locais frequentados nos últ 30 dias



Fonte: Kantar IBOPE Média Target Group Index BR TG 2019 I (2018 1s + 2018 2s) - Filtro: Esteve em trânsito em algum horário (Ontem Diário de Atividades)

Penetração do meio no total da população - 30 dias

Penetration of the medium in the population - 30 days

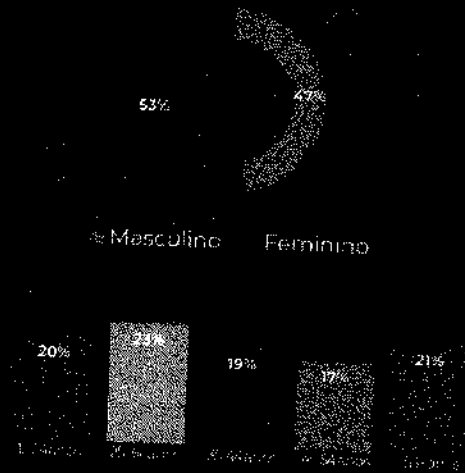


METRÔ

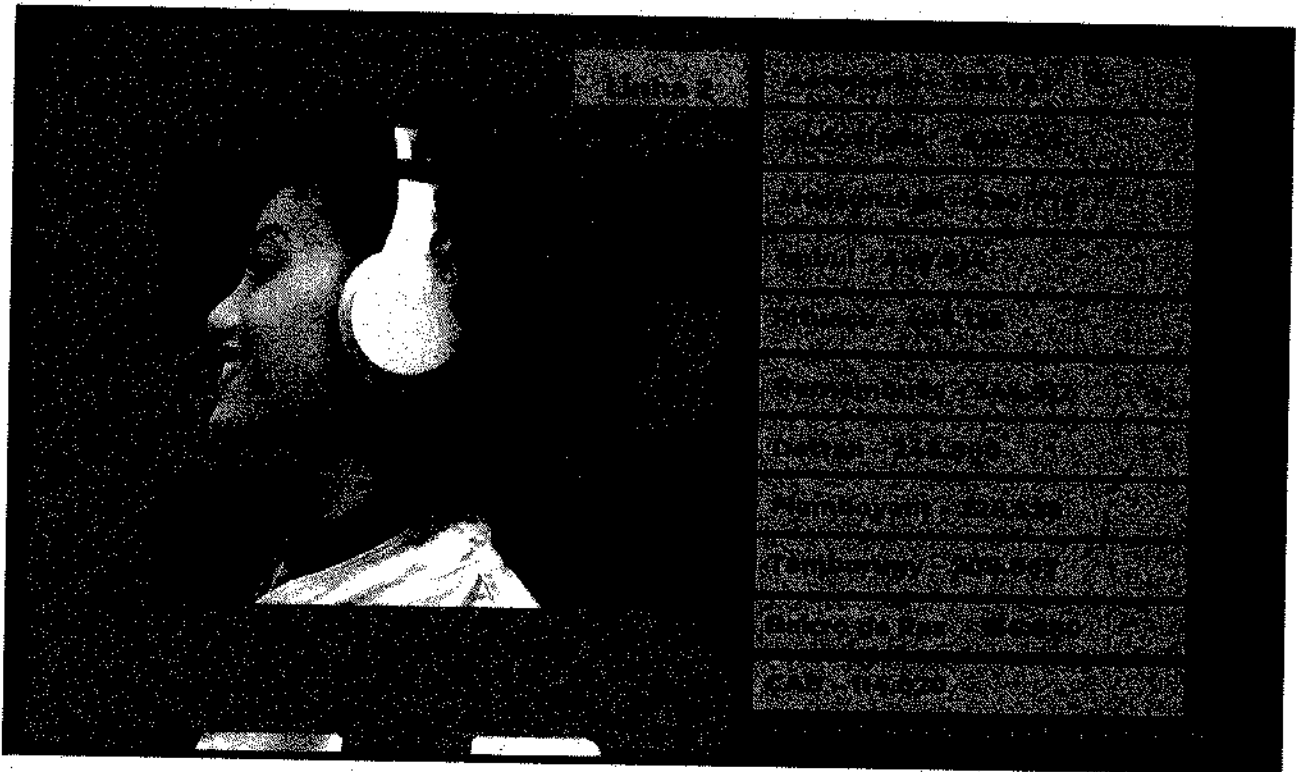
METRÔ BAHIA:

O meio cobre os principais bairros e avenidas da cidade na Linha 1 e 2 do metrô. Fundamental na mobilidade urbana de Salvador.

Circulação de
309.617 mil
 Embarques diários/dias úteis



Handwritten signatures and initials.



[Handwritten marks and signatures]

Do público que frequenta o Metrô Bahia:

29%

Utilizam o metrô **mais de 5 vezes** na semana

30%

Permanecem, em média, de **1 a 3 horas** por semana dentro do metrô.

96%

Observaram anúncios publicitários no metrô

97%

Consideram que é muito importante estar bem informado

Metrô Bahia

Fundamental na mobilidade urbana de Salvador

SEXO



FAIXA ETÁRIA



CLASSE SOCIAL



Handwritten signatures and initials.

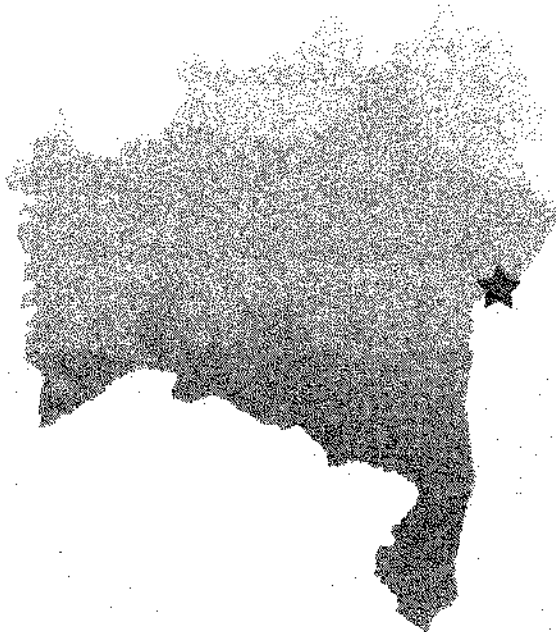
OUTDOOR

DADOS DEMOGRÁFICOS Salvador

-> Cidade **mais populosa** do Norte/Nordeste (2.900.319 milhões de habitantes).

-> 3ª cidade com **maior tempo médio de espera no trânsito** no Brasil. (Moovit)

-> Frota atual de **1.074.679 milhão veículos**. (Castron-BA)



VANTAGENS DO OUTDOOR



Visibilidade
Identificação destacada da marca
24 horas por dia



Expansão
Flexibilidade geográfica



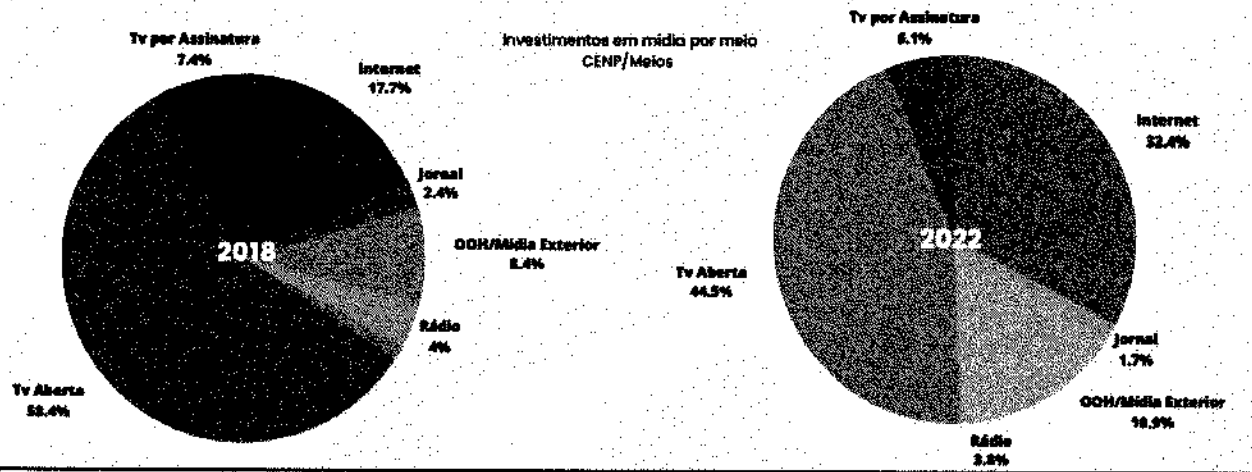
Economia
Baixo custo por mil



Presença
Lembrete oportuno na decisão final da compra

[Handwritten signatures and initials]

Empresas 100% digitais como Facebook, Netflix, Amazon, Spotify, Uber, Ifood vem investindo muito no outdoor, por ser a melhor opção para fazer o "cross media" com o digital gerando **credibilidade** e potencializando ainda mais os **resultados**.



Fonte: Kantar IBOPE Media Target Group Index BR TG 2019 I (2018 1s + 2018 2s) - Utilizou meios de transporte nos últimos 7 dias / Locais frequentados nos últ 30 dias

[Handwritten signatures and initials]

DOOH (DIGITAL OUT OF HOME)

Shoppings

84 milhões

Fluxo mensal de todos os
nossos shoppings



Shoppings

+90 principais shoppings
do Brasil

Alcance

Alto fluxo de circulação de pessoas com alta frequência de compra

Segmentação

Diversa possibilidade de público e perfil

Mindset

Estão presentes num ambiente que é baseado mais
em produtos e serviços

100% digital

São diversos formatos pensados, desenvolvidos e localizados nos
principais pontos de circulação do shopping, acionando a
força de consumo.

Circuitos Cobertura

Circuitos Experiência



Regiões Norte e Nordeste

Salvador - BA

- _ Barra Shopping
- _ Belá Vista
- _ Itaigara
- _ Shopping Paralela
- _ Salvador Shopping
- _ Shopping da Bahia

João Pessoa - PB

- _ Altiplano
- _ Techne Arquitetura

Natal - RN

- _ Natal Shopping

Manaus - AM

- _ Manaus Shopping

Fortaleza - CE

- _ Del Paseo
- _ Pátio Dom Luis
- _ Benfica
- _ Grand Shopping
- _ Iguatemi Fortaleza
- _ Iande Shopping Caucaia
- _ North Joquei
- _ North Shopping
- _ North Shopping Maracanau
- _ Via Sul

Porto velho - RO

- _ Porto Velho Shopping

Belém - PA

- _ Boulevard Shopping Belém

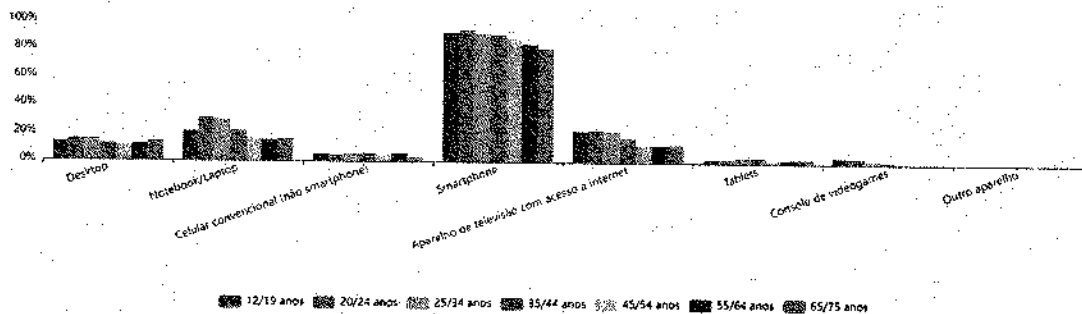
Fonte: Mídia kit Eletromídia



MÍDIA DIGITAL

Devices mais usados para acessar à internet - Por faixa etária

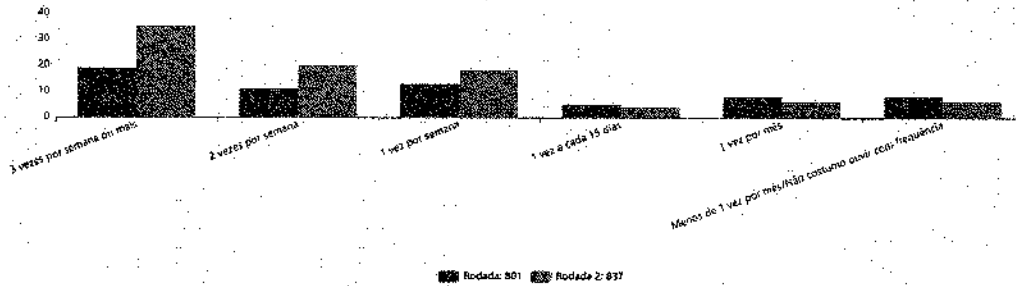
Device used the most to access the Internet - by age bracket



Fonte: Mídia Dados 2022

Frequência

Além do aumento no volume de brasileiros que ouvem podcast, a frequência de consumo também teve uma alta considerável. Em 2021, ainda de acordo com a pesquisa do IAB Brasil, 35% dos brasileiros com acesso à internet revelaram escutar o formato três ou mais vezes por semana – enquanto 20% afirmaram ouvir este tipo de conteúdo duas vezes por semana e 18% ao menos uma vez por semana.

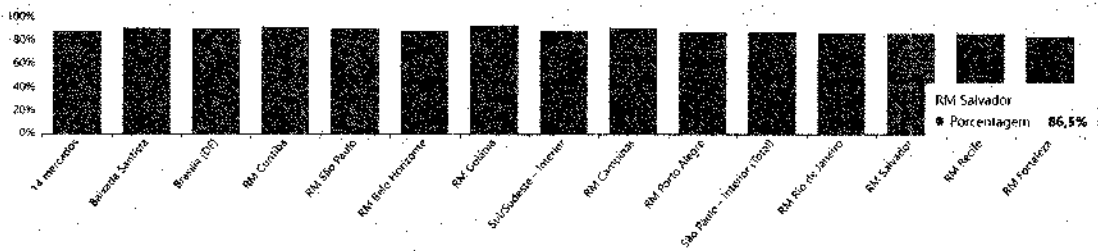


Fonte: Mídia Dados 2022

Penetração de internet por mercado – 2021

Internet penetration per market – 2021

Acessou à internet nos últimos 30 dias

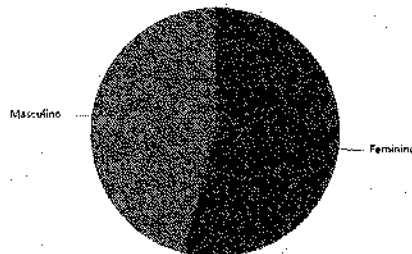


Fonte: Mídia Dados 2022

Perfil do internauta brasileiro – Acessou à internet nos últimos 30 dias

Profile of Brazilian internet users – Accessed the internet in the last 30 days

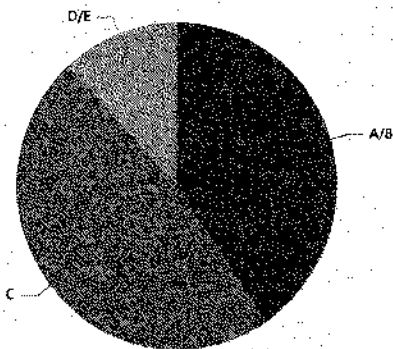
Sexo



Fonte: Mídia Dados 2022

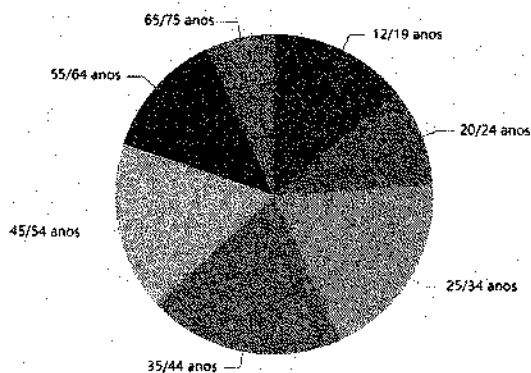
Handwritten signatures and initials.

Classe econômica



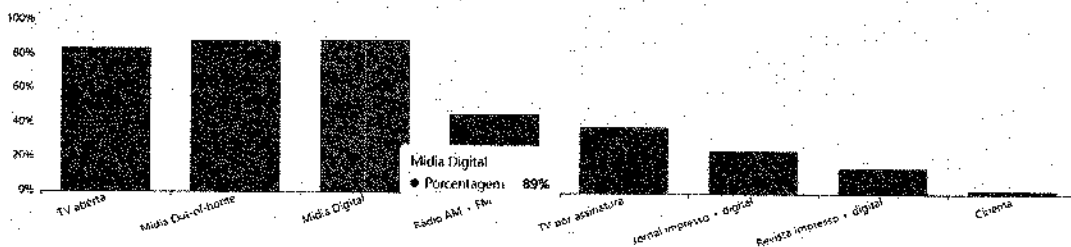
Fonte: Mídia Dados 2022

Faixa etária



Fonte: Mídia Dados 2022

Penetração do meio no total da população – 30 dias



Fonte: Mídia Dados 2022

Handwritten signatures and initials in the bottom right corner of the page.

Ranking Brasil – categoria entretenimento

Ranking Brazil of entertainment category

Ranking	Ranking Geral	Total de Visitantes Únicos (mil)			Alcance (%)		
		População Total Digital	Desktop	Mobile	População Total Digital	Desktop	Mobile
1	YouTube (Mobile App)	105.635		105.635	82,0		91,0
2	UOL Entretenimento	63.174	7.732	57.841	49,1	45,7	46,6
3	Netflix Inc	53.917	19.589	39.562	41,9	39,7	34,1
4	Globo Entretenimento	47.015	7.367	41.657	36,9	14,9	35,9
5	Terra Entretenimento	39.784	5.047	36.675	30,9	10,2	30,9
6	Spotify	33.743	5.302	29.501	26,2	10,9	25,4
7	R7 Entretenimento	31.165	3.442	28.415	24,2	7,0	24,5
8	OTVFOCO.COM.BR	27.651	313	27.338	21,5	0,6	23,5
9	PRIMEVIDEO.COM	17.942	2.426	15.923	13,9	4,9	13,7
10	YouTube Music (Mobile App)	14.358		14.358	11,2		12,4

Fonte: Mídia Dados 2022

As 25 redes sociais mais populares do mundo

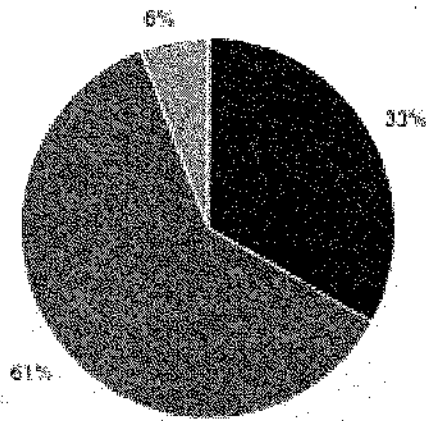
Ranking	População Total Digital (bilhões)	Company	Ano do lançamento
1	2,797 bi	Facebook	2004
2	2,291 bi	YouTube	2005
3	2 bi	WhatsApp	2009
4	1,3 bi	Facebook Messenger	2011
5	1,287 bi	Instagram	2010
6	1,225 bi	WeChat	2011
7	732 mi	TikTok	2016
8	600 mi	Douyin	2016
9	595 mi	QQ	1999
10	550 mi	Telegram	2013
11	528 mi	Snapchat	2011
12	521 mi	Weibo	2009
13	517 mi	Qzone	2005
14	481 mi	Kuaishou	2011
15	459 mi	Pinterest	2009
16	430 mi	Reddit	2005
17	396 mi	Twitter	2006
18	300 mi	LinkedIn	2003
19	300 mi	Feixia	2003
20	300 mi	Quora	2009
21	260 mi	Viber	2001
22	250 mi	LinkedIn	2003
23	250 mi	Teams	2016
24	200 mi	Opera	2012
25	169 mi	Line	2011

Fontes: <https://www.pewresearch.org/internet/2021-04-08/social-media-usage/>
<https://data.essential.com/reports/digital-2021-04-08-social-media-usage/>
<https://www.statista.com/>

2020 (Total de Ações)

10 BILHÕES DE INTERAÇÕES

Instagram segue sendo responsável pelo maior share de ações (61%)

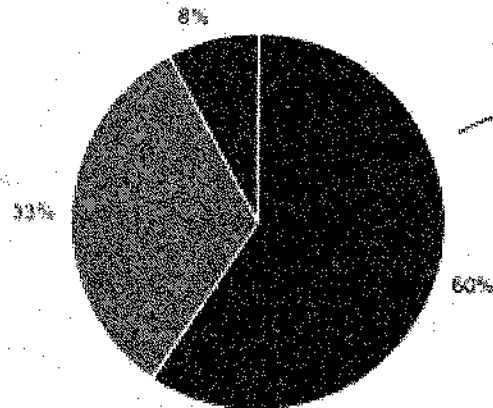


• Facebook • Instagram • Twitter

Fonte: Shareablee – 2020. Plataformas: Facebook, Twitter e Instagram

Share de Comentários por plataforma - 2020

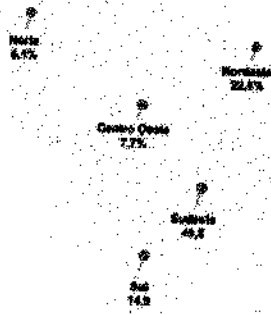
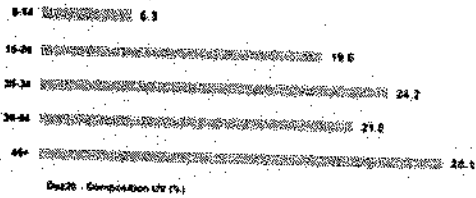
Instagram é responsável por 33% do share de comentários. Crescimento de 18% em relação ao ano anterior.



Facebook ainda continua sendo responsável pelo maior share de comentários (60%), apesar de ter apresentado queda de 10% em relação a 2019

• Facebook • Instagram • YouTube

Fonte: Shareablee – 2020. Plataformas: Facebook, Twitter e Instagram



Quem consome mais?

2020 apresentou maior concentração de usuários da geração Baby Boomers

Fonte: Comscore MMX MP – Demographic Profile – Total Internet – Dez/20 – Brasil

[Handwritten signatures and initials]

RESUMO GERAL									
SIMULAÇÃO DE MÍDIA / NÃO MÍDIA PRODUÇÃO									
MÍDIA	DESCRIÇÃO DA PEÇA	Quantidade	PRODUÇÃO CUSTO (R\$)	Porcentagem CUSTO	PRAZO	MÍDIA Custo (R\$)	Porcentagem CUSTO GERAL	CUSTO TOTAL (R\$) MÍDIA E NÃO MÍDIA	Porcentagem CUSTO
PEÇAS DE MÍDIA									
SPOT 30"	Spot 30" para rádio	1	R\$ 1.200,00	0%	15 dias	R\$ 67.001,20	22%	R\$ 68.201,20	22,74%
PROGRAMETE 60"	Programete de 60" para rádio	1	R\$ 2.100,00	0%	8 dias	R\$ 9.844,00	3%	R\$ 11.944,00	3,98%
TESTE MUNICIPAL 60"	Testemunhal de 60" (O cachê do comunicador/influenciador está contemplado no valor de veiculação)	1	R\$ 0,00	0%	5 dias	R\$ 6.631,30	2%	R\$ 6.631,30	2,21%
OUTDOOR	Cartaz no formato 9 x 3 m	8	R\$ 1.280,00	0%	14 dias	R\$ 36.696,00	12%	R\$ 37.976,00	12,66%
BANCA METRÔ	Lonas no formato 3,50 x 1,95 m	3	R\$ 1.228,50	0%	28 dias	R\$ 17.100,00	6%	R\$ 18.328,50	6,11%
VINHETA 10"	Vinheta LCD com duração de 10" a ser veiculada em DOOH/Salvador Shopping	1	R\$ 700,00	0%	30 dias	R\$ 12.414,60	4%	R\$ 13.114,60	4,37%
VT 15"	Video de 15" para TV e Digital (impulsionado e orgânico)	1	R\$ 11.850,00	4%	30 dias	R\$ 105.724,50	35%	R\$ 117.574,50	39,20%
CARROSEL	Carousel Newsfeed: 800x800px (05 cards) (png, peso máximo 10 mb Texto: Até 2.240 caracteres e até 30 hashtags. (impulsionado e orgânico - recursos próprios de comunicação)	1	R\$ 0,00	0%	30 dias	R\$ 17.500,00	6%	R\$ 19.480,00	6,49%
STORES	1080x1920px (Área Total) / 1080x1420px (Área Visível) (png, peso máximo 10 mb (impulsionado e orgânico - recursos próprios de comunicação)	1	R\$ 0,00	0%					
BANNERS NEWSFEED	Newsfeed: 800x800px (png, peso máximo 10 mb Texto: Até 2.240 caracteres e até 30 hashtags. (impulsionado e orgânico - recursos próprios de comunicação)	4	R\$ 0,00	0%					
BANNERS DIVERSOS	300x250px, 800x600px, 728x90px, 970x150px, 320x50px, 940x600px (impulsionado e orgânico - recursos próprios de comunicação)	6	R\$ 1.980,00	1%					
PEÇAS DE NÃO MÍDIA									
PODCAST	Entrevista sobre a premiação no Programa Saiba Mais, da Rádio Web TIBA.	1	R\$ 1.400,00	0%	30 dias	R\$ 0,00	0%	R\$ 0,00	0,00%
CARTAZ	Papel couchê 170g, formato 30x42cm, 4x0 cor	2.000	R\$ 2.900,00	1%	30 dias	R\$ 0,00	0%	R\$ 2.900,00	0,97%
FOTOS									
FACOTE DE FOTOS	Fotos de banco de imagem para utilização na campanha	8	R\$ 2.400,00	1%	30 dias	0,00	0%	R\$ 2.400,00	0,80%
TOTAL			R\$ 27.038,50	9%		R\$ 272.911,60	91%	R\$ 299.950,10	100%

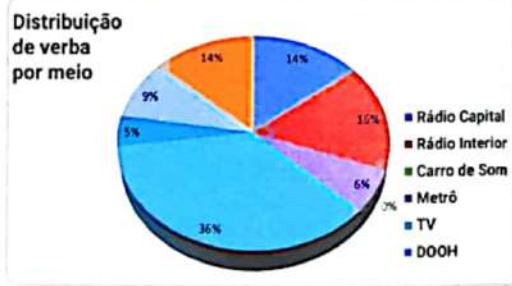
Observação: No orçamento das peças foram considerados todos os custos de produção, inclusive gravação, edição, taxa CONDICINE, finalização e montagem do material, triagem, locação e elenco, dentre outros.

9

32

CRONOGRAMA DE MÍDIA

VEÍCULO	PEÇA	FORMATO	JULHO																															Ins	Total Negociado	Participação %
			S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D				
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30				
Televisão																																				
TV Bahia	Filme	15"	[Visualizar gráfico de programação]																															15	R\$98.224,50	36,0%
Rádio																																				
GFM	Spot / Programete	30" / 60"	[Visualizar gráfico de programação]																															60	R\$21.436,00	7,9%
Rádio Piatã	Spot / Programete	30" / 60"	[Visualizar gráfico de programação]																															60	R\$17.788,00	6,5%
Rádio Interior	Spot / Testemunhal	30" / 60"	[Visualizar gráfico de programação]																															1355	R\$44.252,50	16,2%
Outdoor																																				
Impacto Outdoor	Cartaz	9 x 3 m	[Visualizar gráfico de programação]																															8	R\$36.696,00	13,4%
OOH																																				
JC Decaux Metrô	Banca	3,50 x 1,95 m	[Visualizar gráfico de programação]																															3	R\$17.100,00	6,3%
DOOH																																				
Eletromídia (Eletromídia)	Teias LCD	10"	[Visualizar gráfico de programação]																															33540	R\$12.414,60	4,5%
Digital																																				
Insight Mídia (Social/Programática)	Diversos	Diversos	[Visualizar gráfico de programação]																															726666	R\$25.000,00	9,2%
Recursos Próprios																																				
Site	Banners / Podcast	Diversos	[Visualizar gráfico de programação]																															—	R\$0,00	0,0%
Redes Sociais	Cards / Corrossel / Videos	Diversos	[Visualizar gráfico de programação]																															—	R\$0,00	0,0%
																																		0	R\$0,00	0,0%
																																		761707	R\$272.911,60	100,00%



7

[Assinatura]
33

TELEVISÃO

VT 15"		JULHO																Nº INS.	TARP	INVESTIMENTO UNIT. TABELA	INVESTIMENTO TOTAL			
VEÍCULO	PROGRAMA	RAT # ABCDE	AFN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14					15	16	
TV Bahia Estado	Jornal da Manhã (Seg à Sex - 06h00)	6	125						1		1			1	1	1					5	30	R\$2.959,50	R\$14.797,50
	Encontro (Seg à sex - 09h30)	5	113					1		1											2	10	R\$2.827,50	R\$5.655,00
	PTV1 (Seg à Sab - 11h45)	7	120				1		1	1	1			1	1					6	42	R\$5.893,50	R\$35.361,00	
	BA TV (Seg à Sab - 19h45)	17	119					1						1					2	34	R\$21.205,50	R\$42.411,00		
TOTAL					1	2	2		2	2			2	2	2					15	116		R\$98.224,50	

Fonte: Kantar IBOPE Média. Período: Março de 2023. Praça: Grande Salvador.

9

[Handwritten mark]

9

[Handwritten mark]

OUT OF HOME

OUTDOOR		DESCRITIVO		FORMATO	QTS INS. TOTAL	INVESTIMENTO UNITÁRIO	INVESTIMENTO TOTAL
PRAÇA	VEÍCULO	ROTEIRO	PERÍODO				
Salvador	Impacto	Standard	Bi-semana 30 (15.07 a 29.07)	Cartaz 9 x 3m	8	R\$ 4.587,00	R\$ 36.696,00
TOTAL					8		R\$ 36.696,00



 37

OUT OF HOME

METRÔ								
PRAÇA	VEÍCULO	PROPRIEDADE	PERÍODO	FORMATO	QUANT.	ESTAÇÕES	INVESTIMENTO UNITÁRIO	INVESTIMENTO TOTAL
Salvador	JC Decaux	Banca (Premium)	Quinzenal	3,50 x 1,95 m	3	Lapa / Pirajá / Aeroporto	R\$ 5.700,00	R\$ 17.100,00
TOTAL					3		R\$ 5.700,00	R\$ 17.100,00

Fluxo de cada Estação

Lapa – 1.054.265

Pirajá – 911.639

Aeroporto – 852.763

[Handwritten signature]
[Handwritten initials]

TELAS LCD									
PRAÇA	VEÍCULO	PROPRIEDADE	PERÍODO	DESCRIPTIVO FORMATO	QTE INS. DIA	QTS INS. TOTAL	TOTAL DE TELAS	INVESTIMENTO SEMANAL	INVESTIMENTO TOTAL
Salvador	Eletromídia (Elemídia)	Salvador Shopping	4 semanas	Vinheta 10"	86	33.540	13	R\$ 3.103,65	R\$ 12.414,60
TOTAL					86	33.540	13		R\$ 12.414,60

Handwritten signature

PROGRAMAÇÃO DE MÍDIA DIGITAL

Veículo: Insight Mídia
 Target: AS | + 18 | ABCD
 Praça: Bahia Estado
 Objetivo: Awareness
 Período: 30 dias

Formato	Objetivo	Plataforma	Especificação	Valor	Estimativa	Métrica	Investimento
Search	Tráfego	Google Ads	Buscador	R\$ 3,50	1.000	CPC	R\$ 3.500,00
Display	Alcance	DSP Verizon ou DV360	Interesses	R\$ 22,50	200.000	CPM	R\$ 4.500,00
Display	Alcance	DSP Verizon ou DV360	Site List	R\$ 21,00	142.857	CPM	R\$ 3.000,00
Display	Alcance	DSP Verizon ou DV360	Impressões em canais e apps	R\$ 28,50	87.719	CPM	R\$ 2.500,00
Vídeo Programático	Visualizações	DSP Verizon ou DV360	Interesses	R\$ 0,80	5.000	CPV	R\$ 4.000,00
Vídeo YouTube	Visualizações	Google Ads	Interesses	R\$ 0,80	4.375	CPV	R\$ 3.500,00
Meta (Facebook/Instagram)	Alcance	Facebook Ads	Interesses	R\$ 14,00	285.714	CPM	R\$ 4.000,00
TOTAL							R\$ 25.000,00

[Handwritten signature]
 40 G

TABELAS VEÍCULOS



Lista de Preços | Abril

Lista de Preços Válida para compras realizadas em Abril 2023

Rede
Bahia
Projeta!

Atualizada em: 14/03/2023

SIGLA	PROGRAMA	DIA	HORÁRIO	TVBA	TVSB	TUSC	TVSU	TVSA	TVOB	ESTADO	INTERIOR
HORA	HORA UM	SEG/SEX	04:00	1.261,00	319,00	280,00	268,00	128,00	163,00	2.419,00	1.156,00
BPRA	JORNAL DA MANHÃ	SEG/SEX	06:00	3.897,00	596,00	477,00	453,00	278,00	218,00	5.919,00	2.022,00
NBRA	BOM DIA BRASIL	SEG/SEX	08:30	4.781,00	815,00	685,00	662,00	339,00	333,00	7.615,00	2.834,00
ENCT	ENCONTRO	SEG/SEX	09:30	3.186,00	684,00	537,00	517,00	274,00	249,00	5.447,00	2.261,00
MAVO	MAIS VOCE	SEG/SEX	10:45	3.369,00	722,00	630,00	718,00	313,00	315,00	6.067,00	2.698,00
PTV1	BAHIA MEIO DIA	SEG/SÁB	11:45	6.186,00	1.570,00	1.184,00	1.394,00	718,00	735,00	11.787,00	5.601,00
GESP	GLÓBLO ESPORTE	SEG/SÁB	13:00	7.588,00	1.481,00	961,00	1.246,00	548,00	712,00	12.356,00	4.968,00
JHOJ	JORNAL HOJE	SEG/SÁB	13:25	6.756,00	1.711,00	1.047,00	1.247,00	600,00	702,00	12.063,00	5.307,00
N15H	NOVELA DA TARDE	SEG/SEX	14:40	4.516,00	1.144,00	700,00	833,00	401,00	469,00	8.063,00	3.547,00
TARA	SESSÃO DA TARDE	SEG/SEX	15:30	3.313,00	556,00	480,00	482,00	307,00	307,00	5.445,00	2.132,00
VALE	VALE A PENA VER DE NOVO	SEG/SEX	16:45	6.702,00	993,00	804,00	730,00	424,00	396,00	10.051,00	3.349,00
N18H	NOVELA I	SEG/SEX	18:25	15.092,00	2.181,00	2.104,00	1.997,00	835,00	1.007,00	23.216,00	8.124,00
PTV2	BATV	SEG/SEX	19:10	17.399,00	2.877,00	2.671,00	2.695,00	1.318,00	1.314,00	28.274,00	10.875,00
N19H	NOVELA II	SEG/SEX	19:40	16.387,00	2.311,00	2.001,00	1.987,00	950,00	1.248,00	25.434,00	8.497,00
JNAC	JORNAL NACIONAL	SEG/SEX	20:30	27.023,00	4.292,00	3.608,00	3.721,00	1.610,00	1.856,00	42.310,00	15.087,00
N20H	NOVELA III	SEG/SEX	21:30	28.283,00	4.134,00	3.729,00	3.825,00	1.687,00	1.854,00	44.462,00	15.229,00
N20F	NOVELA III - FINAL	SEX	21:30	32.741,00	4.630,00	4.015,00	4.120,00	1.817,00	1.997,00	49.320,00	16.579,00
MINI	MINISÉRIE	SEG/SEX	23:35	6.430,00	996,00	813,00	915,00	431,00	440,00	10.025,00	3.595,00
BIGB	BIG BROTHER BRASIL	SEG/DOM	22:35	24.511,00	3.450,00	2.805,00	3.109,00	1.365,00	1.646,00	36.886,00	12.375,00
BIGF	BIG BROTHER BRASIL - FINAL (ABRIL)	SEG/DOM	22:35	31.635,00	4.454,00	3.621,00	4.013,00	1.762,00	2.124,00	47.609,00	15.974,00
TELA	TELA QUENTE	SEG	23:15	9.582,00	1.249,00	1.170,00	1.234,00	480,00	631,00	14.346,00	4.764,00
SHO2	SHOW DE SEGUNDA	SEG	-	10.187,00	1.515,00	1.219,00	1.294,00	558,00	662,00	15.435,00	5.248,00
HOLY	CINE HOLLYWOOD	TER	22:45	10.187,00	1.515,00	1.219,00	1.294,00	558,00	662,00	15.435,00	5.248,00
TNOB	SHOW DE TERÇA II	TER	-	10.187,00	1.515,00	1.219,00	1.294,00	558,00	662,00	15.435,00	5.248,00
PROF	PROFISSÃO REPÓRTER	TER	23:50	5.493,00	747,00	624,00	657,00	333,00	332,00	8.186,00	2.633,00
FGG4	FUTEBOL	QUA	21:20	14.887,00	2.540,00	1.932,00	2.050,00	888,00	1.046,00	23.343,00	8.456,00
CINE	CINEMA ESPECIAL	QUA	-	10.882,00	1.418,00	1.329,00	1.401,00	545,00	717,00	16.292,00	5.410,00
SHO4	SHOW DE QUARTA II	QUA	23:15	7.910,00	1.146,00	970,00	1.029,00	445,00	524,00	12.024,00	4.114,00
SHQ1	SHOW DE QUINTA I	QUI	22:35	10.187,00	1.515,00	1.219,00	1.294,00	558,00	662,00	15.435,00	5.248,00
SHO5	SHOW DE QUINTA II	QUI	00:05	7.910,00	1.146,00	970,00	1.029,00	445,00	524,00	12.024,00	4.114,00
REPO	GLOBO REPÓRTER	SEX	22:35	19.661,00	1.487,00	1.515,00	1.509,00	602,00	858,00	19.632,00	5.971,00
SSUP	SHOW DE SEXTA II	SEX	23:35	6.430,00	996,00	619,00	915,00	431,00	440,00	10.025,00	3.595,00
JGLO	JORNAL DA GLOBO	SEG/SEX	01:00	3.139,00	357,00	321,00	376,00	160,00	216,00	4.569,00	1.430,00
BIAL	CONVERSA COM BIAL	SEG/SEX	01:30	1.641,00	225,00	260,00	256,00	158,00	147,00	2.687,00	1.046,00
NOVR	REBATIDA DE NOVELA	SEG/SÁB	02:00	883,00	128,00	108,00	115,00	50,00	58,00	1.342,00	459,00
CMAD	COMÉDIA NA MADRUGADA	SEG/SÁB	02:45	883,00	128,00	108,00	115,00	50,00	58,00	1.342,00	459,00
GREP	GLOBO REPÓRTER - REPRISE	SÁB	05:55	577,00	161,00	211,00	172,00	121,00	125,00	1.367,00	790,00
CONE	CONEXÃO BAHIA	SÁB	06:50	1.110,00	263,00	270,00	234,00	160,00	118,00	2.155,00	1.045,00
BONS	BOM DIA SÁBADO	SÁB	07:20	1.332,00	316,00	270,00	234,00	160,00	118,00	2.430,00	1.098,00
CAS1	É DE CASA I	SÁB	07:50	2.287,00	557,00	439,00	436,00	222,00	194,00	4.135,00	1.948,00
CAS2	É DE CASA II	SÁB	09:00	2.556,00	622,00	490,00	487,00	248,00	217,00	4.620,00	2.064,00
CAS3	É DE CASA III	SÁB	10:30	3.078,00	749,00	591,00	587,00	299,00	261,00	5.565,00	2.487,00
MOSA	MOSAICO BAIANO	SÁB	14:10	5.314,00	993,00	680,00	695,00	361,00	379,00	8.422,00	3.108,00
FGG5	FUTEBOL	SÁB	16:00	8.385,00	1.584,00	1.073,00	1.172,00	524,00	581,00	13.369,00	4.984,00
CALD	CALENDEÃO	SÁB	16:45	5.566,00	1.202,00	1.054,00	1.111,00	458,00	487,00	9.878,00	4.312,00
N18S	NOVELA I (SÁBADO)	SÁB	18:35	10.324,00	1.615,00	1.455,00	1.410,00	619,00	756,00	16.141,00	5.857,00
PT2S	BATV (SÁBADO)	SÁB	19:20	14.626,00	2.220,00	2.008,00	2.001,00	978,00	1.074,00	23.107,00	8.281,00
N19S	NOVELA II (SÁBADO)	SÁB	19:45	12.813,00	1.849,00	1.554,00	1.689,00	760,00	1.002,00	19.667,00	6.854,00
JNAS	JORNAL NACIONAL (SÁBADO)	SÁB	20:30	22.086,00	3.033,00	2.602,00	3.220,00	1.316,00	1.517,00	33.774,00	11.688,00
N20S	NOVELA III (SÁBADO)	SÁB	21:25	21.655,00	2.603,00	2.126,00	2.618,00	1.192,00	1.374,00	31.568,00	9.913,00
ALTA	ALTAS HORAS	SÁB	23:20	5.731,00	892,00	756,00	779,00	315,00	379,00	9.852,00	3.121,00
SUCI	SUPERCINE	SÁB	01:00	2.228,00	421,00	448,00	454,00	232,00	232,00	4.015,00	1.787,00
RURA	BAHIA RURAL	DOM	07:30	1.643,00	424,00	268,00	282,00	245,00	163,00	3.025,00	1.362,00
EMPR	PEQUENAS EMPRESAS	DOM	08:00	1.777,00	441,00	362,00	317,00	194,00	170,00	3.261,00	1.484,00
GRUD	GLOBO RURAL	DOM	08:35	2.492,00	988,00	878,00	908,00	536,00	612,00	6.414,00	3.922,00
AUTO	AUTOSPORTE	DOM	09:25	4.205,00	1.185,00	813,00	919,00	445,00	526,00	8.095,00	3.890,00
ESPO	ESPORTE ESPETACULAR	DOM	10:00	5.304,00	1.250,00	879,00	1.018,00	527,00	516,00	9.494,00	4.190,00
TMAX	TEMPERATURA MÁXIMA	DOM	12:30	5.520,00	983,00	796,00	987,00	384,00	385,00	9.055,00	3.535,00
VOIK	THE VOICE KIDS (A partir de 09/04)	DOM	14:30	5.713,00	1.178,00	824,00	946,00	409,00	396,00	9.468,00	3.755,00
MASK	THE MASKED SINGER (Até o dia 09/04)	DOM	15:50	7.162,00	1.007,00	819,00	864,00	376,00	443,00	10.671,00	3.509,00
FGG6	FUTEBOL	DOM	15:50	13.835,00	2.520,00	1.706,00	1.864,00	820,00	924,00	21.169,00	7.694,00
CBRL	CAMPÊES DE BILHETERIA	DOM	15:50	5.520,00	983,00	796,00	987,00	384,00	385,00	9.055,00	3.535,00
DOMI	DOMINGÃO	DOM	18:05	13.569,00	2.565,00	1.691,00	1.846,00	827,00	915,00	21.413,00	7.844,00
FANT7	FANTÁSTICO	DOM	20:30	22.418,00	3.414,00	2.739,00	2.839,00	1.309,00	1.524,00	34.243,00	11.825,00
COLA	VAI QUE COLA	DOM	23:00	4.757,00	622,00	497,00	491,00	263,00	256,00	6.886,00	2.139,00
DOMA	DOMINGO MAIOR	DOM	23:25	4.757,00	622,00	497,00	491,00	263,00	256,00	6.886,00	2.139,00

Lista de Preços Válida para compras realizadas em Abril de 2023. Os coeficientes para cálculo dos comerciais de 45" e 60" são 1,50 e 2,00 dos comerciais de 30", respectivamente.

Obs.: Programação pode sofrer alteração sem aviso prévio, consultar disponibilidade antes de realizar a compra.

Lista de Preços | Abril

Lista de preços válida para compras realizadas em Abril 2023

Rede Bahia
Projeta!



Atualizado em 21/03/2023

SIGLA	PROGRAMA	DIA	HORARIO	TVBA	TVSB	TVSE	TVSU	TVSA	TVOR	ESTADO	INTERIOR
HORA	HORA UM	SEG/SEX	04:00	690,50	259,50	140,00	134,00	64,00	81,50	1.209,50	579,00
BPRA	JORNAL DA MANHÃ	SEG/SEX	06:00	1.948,50	298,00	238,50	226,50	139,00	109,00	1.959,50	1.021,00
MBRA	BOM DIA BRASIL	SEG/SEX	08:30	2.390,50	407,50	342,50	331,00	169,50	166,50	3.807,50	1.417,00
ENCT	ENCONTRO	SEG/SEX	09:30	1.593,00	342,00	268,50	256,50	137,00	124,50	2.723,50	1.190,50
MAVO	MAIS VOCÊ	SEG/SEX	10:45	1.684,50	361,00	315,00	359,00	156,50	157,50	3.033,50	1.349,00
PTV3	BÁHIA MEIO DIA	SEG/SÁB	11:45	3.093,00	785,00	592,00	697,00	359,00	367,50	5.895,50	2.800,50
GESP	GLÓBO ESPORTE	SEG/SÁB	13:00	5.691,00	1.110,75	735,75	934,50	411,00	534,00	9.417,00	3.726,00
JHOJ	JORNAL HOJE	SEG/SÁB	13:25	5.067,00	1.283,25	785,25	935,25	430,00	526,50	9.047,25	3.980,25
N15H	NOVELA DA TARDE	SEG/SEX	14:40	2.258,00	571,00	350,00	416,50	200,50	234,50	4.031,50	1.775,50
TARA	SESSÃO DA TARDE	SEG/SEX	15:30	1.666,50	278,00	240,00	241,00	153,50	153,50	2.722,50	1.066,00
VALE	VALE A PENA VER DE NOVO	SEG/SEX	26:45	3.351,00	496,50	402,00	365,00	212,00	109,00	5.025,50	1.674,50
N18H	NOVELA I	SEG/SEX	18:25	11.319,00	2.435,75	1.578,00	1.497,75	616,25	755,25	17.412,00	6.093,00
PTV2	BATV	SEG/SEX	19:10	18.049,25	2.157,75	2.003,25	2.021,25	988,50	985,50	21.205,50	8.156,25
N19H	NOVELA II	SEG/SEX	19:40	12.702,75	1.733,25	1.500,75	1.480,25	712,50	936,00	19.075,50	6.372,75
JNAC	JORNAL NACIONAL	SEG/SEX	20:30	20.267,25	3.219,00	2.706,00	2.790,75	1.207,50	1.392,00	31.562,50	11.315,25
N20H	NOVELA III	SEG/SEX	21:30	21.924,75	3.100,50	2.796,75	2.868,75	1.265,25	1.390,50	33.346,50	13.421,75
N20F	NOVELA III - FINAL	SEX	21:30	24.555,75	3.472,50	3.011,25	3.090,00	1.382,75	1.497,75	36.990,00	12.434,25
MINI	MARISELANE	SEG/SEX	23:39	3.215,00	498,00	406,50	457,50	215,50	220,00	5.012,50	1.797,50
BIGB	BIG BROTHER BRASIL	SEG/DOM	22:35	18.383,25	2.587,50	2.103,75	2.331,75	1.023,75	1.234,50	27.664,50	9.281,25
BIGF	BIG BROTHER BRASIL - FINAL (ABRIL)	SEG/DOM	22:35	23.726,25	3.340,50	2.715,75	3.009,75	1.321,50	1.593,00	35.706,75	11.980,50
TELA	TELA QUENTE	SEG	23:15	7.186,50	936,75	877,50	925,50	380,00	473,25	10.759,50	3.573,00
SHD2	SHOW DE SEGUNDA	SEG	00:00	5.093,50	757,50	609,50	647,00	279,00	331,00	7.717,50	2.624,00
HOLY	CINE HOLLYUDY	TER	22:45	5.093,50	757,50	609,50	647,00	279,00	331,00	7.717,50	2.624,00
TNOB	SHOW DE TERÇA II	TER	00:00	5.093,50	757,50	609,50	647,00	279,00	331,00	7.717,50	2.624,00
PROF	PROFISSÃO REPÓRTER	TER	23:50	2.746,50	373,50	312,00	328,50	166,50	166,00	4.093,00	1.346,50
FGG4	FUTEBOL	QUA	21:20	11.165,25	1.905,00	1.449,00	1.537,30	666,00	784,50	17.507,25	6.342,00
CINE	CINEMA ESPECIAL	QUA	00:00	5.441,00	709,00	664,50	700,50	272,50	358,50	8.146,00	2.705,00
SHQ4	SHOW DE QUARTA II	QUA	23:15	3.955,00	573,00	485,00	514,50	222,50	262,00	6.012,00	2.057,00
SHQ1	SHOW DE QUINTA I	QUI	22:15	5.093,50	757,50	609,50	647,00	279,00	331,00	7.717,50	2.624,00
SHQ5	SHOW DE QUINTA II	QUI	00:00	3.955,00	573,00	485,00	514,50	222,50	262,00	6.012,00	2.057,00
REPO	GLÓBO REPÓRTER	SEX	22:35	6.830,50	743,50	757,50	754,50	301,00	429,00	9.816,00	2.985,50
SSUP	SHOW DE SEXTA II	SEX	23:35	3.215,00	498,00	406,50	457,50	215,50	220,00	5.012,50	1.797,50
JGLO	JORNAL DA GLOBO	SEG/SEX	01:00	2.354,25	267,75	240,75	282,00	120,00	162,00	3.426,75	1.072,50
BIAL	CONVERSA COM BIAL	SEG/SEX	01:30	820,50	111,50	130,00	128,00	79,00	79,50	1.072,50	342,50
NOVR	REBATIDA DE NOVELA	SEG/SÁB	02:00	441,50	64,00	54,00	57,50	25,00	29,00	671,00	229,50
CMAO	COMÉDIA NA MADRUGADA	SEG/SEX	02:45	441,50	64,00	54,00	57,50	25,00	29,00	671,00	229,50
GREP	GLÓBO REPÓRTER - REPRISE	SÁB	05:55	288,50	80,50	105,50	86,00	60,50	61,50	683,50	395,00
CONF	CONDIÇÃO BAHIA	SÁB	06:50	555,00	131,50	135,00	117,00	80,00	59,00	1.077,50	522,50
BOM5	BOM DIA SÁBADO	SÁB	07:20	666,00	158,00	135,00	137,00	80,00	59,00	1.215,00	549,00
CAS1	É DE CASA I	SÁB	07:50	1.143,50	278,50	215,50	218,00	111,00	97,00	2.067,50	924,00
CAS2	É DE CASA II	SÁB	09:00	1.278,00	311,00	245,00	243,50	124,00	108,50	2.310,00	1.092,00
CAS3	É DE CASA III	SÁB	10:30	1.595,00	374,50	285,50	293,50	149,50	130,50	2.782,50	1.249,50
MOSA	MOSAICO BAIANO	SÁB	14:30	2.657,00	498,50	340,00	347,50	180,50	189,50	4.211,00	1.554,00
FGG5	FUTEBOL	SÁB	16:00	6.286,75	1.188,00	804,75	879,00	430,50	435,75	10.026,75	3.738,00
CALD	CALDEIRÃO	SÁB	16:45	4.174,50	901,50	790,50	893,25	349,50	365,25	7.408,50	3.234,00
N18S	NOVELA I (SÁBADO)	SÁB	18:35	7.743,00	1.212,25	1.091,25	1.057,50	464,25	568,50	12.135,75	4.392,75
PT2S	BATV (SÁBADO)	SÁB	19:20	11.119,50	1.665,00	1.506,00	1.500,75	733,50	805,50	17.330,25	6.210,75
N19S	NOVELA II (SÁBADO)	SÁB	19:45	9.409,75	1.386,75	1.165,50	1.266,75	570,00	751,50	14.756,25	5.340,50
JNAS	JORNAL NACIONAL (SÁBADO)	SÁB	20:30	16.564,50	2.274,75	1.951,50	2.415,00	987,00	1.137,75	25.330,50	8.766,00
N20S	NOVELA III (SÁBADO)	SÁB	21:25	16.243,25	1.952,25	1.594,50	1.969,50	894,00	1.030,50	23.676,00	7.434,75
ALTA	ALTAS HORAS	SÁB	23:10	4.298,25	669,00	567,00	584,25	236,25	284,25	6.639,00	2.340,75
SUCI	SUPERCINE	SÁB	01:00	1.114,00	210,50	224,00	227,00	116,00	107,50	2.007,50	893,50
RURA	BÁHIA RURAL	DOM	07:30	821,50	212,00	134,00	141,00	122,50	81,50	1.512,50	601,00
EMPR	PEQUENAS EMPRESAS	DOM	08:00	848,50	220,50	181,00	158,50	97,00	85,00	1.830,50	747,00
GLRU	GLÓBO RURAL	DOM	08:35	1.246,00	494,00	439,00	454,00	268,00	306,00	3.207,00	1.261,00
AUTO	AUTOESPORTE	DOM	09:25	2.153,75	888,75	608,75	689,25	339,75	396,00	4.071,25	2.917,50
ESPO	ESPORTE ESPETACULAR	DOM	10:00	3.978,00	937,50	659,25	769,50	395,25	367,00	7.120,50	3.142,50
TMAX	TEMPERATURA MÁXIMA	DOM	12:30	4.140,00	737,25	597,00	740,25	288,00	288,75	6.791,25	2.651,25
VOIK	THE VOICE KIDS	DOM	14:30	4.284,75	813,50	618,00	709,50	306,75	298,50	7.101,00	2.816,25
MASK	THE MASKED SINGER	DOM	15:50	5.371,50	735,25	614,25	648,00	282,00	332,25	8.003,25	2.631,75
FGG6	FUTEBOL	DOM	15:50	10.001,25	1.890,00	1.279,50	1.388,00	615,00	693,00	15.476,75	5.875,50
CBIL	CAMPEÕES DE BILHETERIA	DOM	15:50	4.140,00	737,25	597,00	740,25	288,00	288,75	6.791,25	2.651,25
DOMI	DOMINGÃO	DOM	18:05	10.376,75	1.923,75	1.268,25	1.384,50	620,25	686,25	16.059,75	5.883,00
FANT	FANTÁSTICO	DOM	20:30	16.819,50	2.560,50	2.054,25	2.129,25	881,75	1.143,00	25.682,25	8.868,75
COLA	VAI QUE COLA	DOM	23:00	2.378,50	311,00	248,50	245,50	131,50	128,00	3.443,00	1.064,50
DOMA	DOMINGO MAIOR	DOM	23:25	2.378,50	311,00	248,50	245,50	131,50	128,00	3.443,00	1.064,50

Lista de Preços Válida para compras realizadas em Abril de 2023. Os coeficientes para cálculo dos comerciais de 30" e 60" são 1,50 e 2,00 dos comerciais de 30", respectivamente.

Obs.: Programação pode sofrer alteração sem aviso prévio, consultar disponibilidade antes de realizar a compra.

Lista de Preços | Abril

Lista de preços válida para compras realizadas em Abril 2013

Rede
Bahia
Projeta!



Atualizado em 10/03/2013

SIGLA	PROGRAMA	DIA	HORÁRIO	TVBA	TVSB	TVSC	TVSM	TVSP	TVOB	ESTADO	INTERIOR
HORA	HORA UM	SEG/SEX	04:00	567,45	143,55	126,00	120,60	57,60	73,35	1.086,55	521,10
BPRA	JORNAL DA MANHÃ	SEG/SEX	06:00	1.753,65	268,20	234,65	203,85	125,10	96,10	2.663,55	906,90
HBRA	BOM DIA BRASIL	SEG/SEX	08:30	2.251,45	366,75	308,25	297,90	152,65	149,85	3.426,75	1.275,30
ENCT	ENCONTRO	SEG/SEX	09:30	1.433,70	307,80	242,65	232,65	123,30	112,05	2.451,15	1.017,45
MAVO	MAIS VOCÊ	SEG/SEX	10:45	1.516,05	324,90	283,50	323,30	140,85	141,75	2.730,15	1.214,10
FTV1	BÁHIA MEIO DIA	SEG/SÁB	11:45	2.783,70	706,50	532,80	627,30	323,10	330,75	5.304,15	2.520,45
GESP	GLOBO ESPORTE	SEG/SÁB	13:00	3.414,60	666,45	441,45	560,70	246,60	320,40	5.650,20	2.235,60
JHOJ	JORNAL HOJE	SEG/SÁB	13:25	3.040,20	769,95	471,15	561,25	270,00	325,90	5.428,35	2.388,15
N15H	NOVELA DA TARDE	SEG/SEX	14:40	2.032,20	514,80	315,00	374,85	180,45	211,05	3.628,35	1.596,15
YARA	SESSÃO DA TARDE	SEG/SEX	15:30	1.490,85	250,20	216,00	218,90	138,15	138,15	2.450,25	959,40
VALE	VALE A PENA VER DE NOVO	SEG/SEX	16:45	3.015,90	446,85	361,80	328,50	180,80	179,10	4.522,95	1.507,05
N18H	NOVELA I	SEG/SEX	18:25	6.792,40	881,45	946,80	898,65	375,75	459,15	10.447,20	3.655,80
PTV2	BATV	SEG/SEX	19:10	7.819,55	1.294,65	1.201,95	1.212,75	583,10	591,30	12.723,30	4.899,75
N19H	NOVELA II	SEG/SEX	19:40	7.621,65	1.099,95	900,45	894,15	427,50	561,60	11.445,30	3.823,65
JNAC	JORNAL NACIONAL	SEG/SEX	20:30	12.160,35	1.931,40	1.623,60	1.674,45	724,50	835,20	18.949,50	6.789,15
N20H	NOVELA III	SEG/SEX	21:30	13.154,85	1.860,30	1.678,05	1.721,25	759,15	834,80	20.007,60	6.853,05
N20F	NOVELA III - FINAL	SEX	21:30	14.733,45	2.089,50	1.806,75	1.854,00	817,65	898,65	22.194,00	7.460,55
NIM	MINISSÉRIE	SEG/SEX	23:35	2.693,50	448,20	365,85	411,75	193,95	196,00	4.531,25	1.617,75
BKGB	BIG BROTHER BRASIL	SEG/DOM	22:35	11.029,95	1.552,50	1.262,25	1.399,05	614,25	740,70	15.568,70	5.568,75
BKGF	BIG BROTHER BRASIL - FINAL (ABRIL)	SEG/DOM	22:35	14.235,75	2.004,30	1.629,45	1.805,85	792,90	955,80	21.424,05	7.188,30
TELA	TELA QUENTE	SEG	23:15	4.311,90	562,05	526,50	555,30	216,00	283,95	6.455,70	2.143,80
SHO2	SHOW DE SEGUNDA	SEG		4.584,15	681,75	548,55	582,30	251,10	297,90	6.945,75	2.361,60
HOLY	CINE HOLLYUDY	TER	22:45	4.584,15	681,75	548,55	582,30	251,10	297,90	6.945,75	2.361,60
TNOB	SHOW DE TERÇA II	TER		4.584,15	681,75	548,55	582,30	251,10	297,90	6.945,75	2.361,60
PROF	PROFISSÃO REPÓRTER	TER	23:50	2.473,85	336,15	280,80	295,65	149,85	149,40	3.683,70	1.211,85
FGG4	FUTEBOL	QUA	21:20	6.699,15	1.143,00	869,40	912,50	399,60	470,70	10.504,35	3.805,20
CINE	CINEMA ESPECIAL	QUA		4.896,90	638,10	598,05	630,45	245,25	322,65	7.331,40	2.484,50
SHO4	SHOW DE QUARTA II	QUA	23:15	3.559,50	515,70	496,30	463,05	200,25	235,80	5.430,80	1.851,30
SHO1	SHOW DE QUINTA I	QUI	22:35	4.584,15	681,75	548,55	582,30	251,10	297,90	6.945,75	2.361,60
SHO5	SHOW DE QUINTA II	QUI	00:05	3.559,50	515,70	496,30	463,05	200,25	235,80	5.430,80	1.851,30
REPO	GLOBO REPÓRTER	SEX	21:35	6.147,45	669,15	681,75	679,05	270,90	386,10	8.834,40	2.686,85
SSUP	SHOW DE SEXTA II	SEX	23:35	2.893,50	448,20	365,85	411,75	193,95	196,00	4.531,25	1.617,75
JGLO	JORNAL DA GLOBO	SEG/SEX	01:00	1.412,55	180,65	144,45	169,20	72,00	97,20	2.056,05	643,50
BIAL	CONVERSA COM BIAL	SEG/SEX	01:30	738,45	101,25	117,60	115,20	71,10	66,15	1.209,15	470,70
NOVR	REBATEDIA DE NOVELA	SEG/SÁB	02:00	397,35	57,60	48,60	51,75	22,50	26,10	603,90	206,55
CMAD	COMÉDIA NA MADRUGADA	SEG/SEX	02:45	397,35	57,60	48,60	51,75	22,50	26,10	603,90	206,55
GREP	GLOBO REPÓRTER - REPRSE	SÁB	05:55	259,65	71,45	94,95	77,40	54,45	56,25	615,15	353,50
CONÉ	CONEXÃO BAHIA	SÁB	06:50	499,50	128,35	121,50	105,30	72,00	53,10	969,75	470,25
BOMS	BOM DIA SÁBADO	SÁB	07:20	599,40	142,20	121,50	105,30	72,00	53,10	1.093,50	494,10
CAS1	É DE CASA I	SÁB	07:50	1.029,15	250,85	197,55	196,20	99,90	87,80	1.880,75	831,60
CAS2	É DE CASA II	SÁB	08:00	1.350,20	279,90	220,50	219,15	111,60	97,65	2.079,00	928,80
CAS3	É DE CASA III	SÁB	10:30	1.385,10	337,05	285,95	284,15	184,55	117,45	2.504,25	1.119,15
MOSA	MOSAICO BAIANO	SÁB	14:10	2.391,30	446,85	306,00	312,75	162,45	170,55	3.789,90	1.398,60
FGG5	FUTEBOL	SÁB	16:00	3.773,25	712,80	462,85	527,40	258,30	261,45	6.026,05	2.242,80
CALD	CALDEIRÃO	SÁB	16:45	2.504,70	540,90	474,30	499,95	206,10	219,25	4.445,10	1.940,40
N18S	NOVELA I (SÁBADO)	SÁB	18:35	4.645,80	726,75	654,75	694,50	278,55	341,10	7.281,45	2.695,65
PT2S	BATV (SÁBADO)	SÁB	19:20	6.671,70	998,00	903,60	900,45	440,10	483,30	10.398,15	3.726,45
N19S	NOVELA II (SÁBADO)	SÁB	19:45	5.765,85	832,05	699,30	760,05	342,00	450,90	8.850,15	3.084,30
JNAS	JORNAL NACIONAL (SÁBADO)	SÁB	20:30	9.938,70	1.364,85	1.170,90	1.448,00	592,20	682,65	15.198,30	5.259,60
N20S	NOVELA III (SÁBADO)	SÁB	21:25	8.744,75	1.171,35	956,70	1.278,10	596,40	618,30	14.205,60	4.680,85
ALTA	ALTAS HORAS	SÁB	23:30	2.578,95	401,40	340,20	350,55	141,75	170,55	3.963,40	1.404,45
SUCI	SUPERCINE	SÁB	01:00	1.002,60	189,45	201,60	204,30	104,40	104,40	1.806,75	804,15
RURA	BÁHIA RURAL	DOM	07:30	739,35	190,80	120,60	126,90	110,25	73,35	1.361,25	621,90
EMPR	PEQUENAS EMPRESAS	DOM	08:00	799,65	198,45	182,90	142,65	87,30	76,90	1.467,45	667,80
GRUD	GLOBO RURAL	DOM	08:35	1.121,40	444,60	395,10	406,60	241,20	275,40	2.886,30	1.764,90
AUTO	AUTOESPORTE	DOM	09:25	1.892,25	531,25	365,85	418,55	200,25	237,60	3.642,75	1.750,50
ESPO	ESPORTE ESPETACULAR	DOM	10:00	2.386,80	562,50	395,55	458,10	237,15	232,20	4.272,30	1.885,50
TMAX	TEMPERATURA MÁXIMA	DOM	12:30	7.484,00	442,35	358,20	444,15	172,80	173,25	4.074,75	1.590,75
VOK	THE VOICE RDS	DOM	14:30	2.570,85	630,10	370,80	425,70	184,05	179,10	4.260,60	1.689,75
MAASK	THE MASKED SINGER	DOM	15:50	3.222,90	453,15	368,55	388,80	169,20	199,35	4.601,95	1.579,05
FGGD	FUTEBOL	DOM	19:50	6.000,75	1.134,00	767,70	838,80	369,00	415,80	9.526,05	3.525,30
CBR	CAMPEÕES DE BILHETERIA	DOM	15:50	2.484,00	442,35	358,20	444,15	172,80	173,25	4.074,75	1.590,75
DOMB	DOMINGÃO	DOM	18:05	6.106,05	1.154,25	760,95	830,70	372,15	411,75	9.695,85	3.529,80
FANT	FANTÁSTICO	DOM	20:30	10.088,10	1.536,30	1.232,55	1.277,55	589,05	685,80	15.409,85	5.321,25
COLA	VAI QUE COLA	DOM	23:00	2.140,65	279,90	223,65	220,95	118,95	115,20	3.088,70	958,05
DOMA	DOMINGO MAIOR	DOM	23:25	2.140,65	279,90	223,65	220,95	118,95	115,20	3.088,70	958,05

Lista de Preços Válida para compras realizadas em Abril de 2013. Os coeficientes para cálculo dos comerciais de 45" e 80" são 1,50 e 2,00 dos comerciais de 30", respectivamente.

Obs.: Programação pode sofrer alteração sem aviso prévio, consultar disponibilidade antes de realizar a compra.

TABELA DE PREÇOS

BASE: JANEIRO/2023



PROGRAMAS	DIAS	HORÁRIOS	CITACÕES (S") POR MÊS	COMERCIAIS (30") POR MÊS	NO QUOTATIVO (36 AS 22H)	COTAS	PATROCÍNIO TOTAL (30")
PROGRAMA DAS SETE	SEG/SEX	07H AS 08H	100	44	22	4	R\$ 28.756,00
60 MINUTOS - 1ª EDIÇÃO	SEG/SEX	11H AS 12H	44	22	22	4	R\$ 16.594,00
FUQUE BRASILEIRO	SEG/SEX	12H AS 13H	72	44	22	4	R\$ 26.110,00
60 MINUTOS - 2ª EDIÇÃO	SEG/SEX	16H AS 17H	44	22	22	4	R\$ 15.616,00
HAPPY HOUR	SEG/SEX	17H AS 20H	100	44	22	4	R\$ 28.756,00
ON LINE	SEG/SEX	20H AS 21H	60	44	22	3	R\$ 23.589,00
ESPECIAL GFM	SÁBADO	21H AS 22H	8	8	80	3	R\$ 16.649,00
FREE SOUND	SEG/SÁB	22H AS 02H	112	60	60	2	R\$ 14.798,00

INFORMATIVOS	DIAS	HORÁRIOS	CITACÕES (S") POR MÊS	COMERCIAIS (30") POR MÊS	COTAS	PATROCÍNIO TOTAL (30")
HORA CERTA 1	SEG/SEX	06H - 08H - 13H - 17H	66	88	1	R\$ 32.124,00
HORA CERTA 2	SEG/SEX	07H - 10H - 14H - 18H	66	88	1	R\$ 32.124,00
HORA CERTA 3	SEG/SEX	08H - 11H - 15H - 18H30	66	88	1	R\$ 32.124,00
HORA CERTA 4	SEG/SEX	08H30 - 12H - 16H - 18H	66	88	1	R\$ 32.124,00
GFM CULTURA	SEG/SEX	03 EDIÇÕES POR DIA	66	66	2	R\$ 24.093,00
GFM ACOITICE	SEG/SEX	03 EDIÇÕES POR DIA	66	66	2	R\$ 24.093,00
GFM NO TRANSITO 1	SEG/SEX	04 EDIÇÕES POR DIA	88	66	2	R\$ 25.946,00
GFM NO TRANSITO 2	SEG/SEX	04 EDIÇÕES POR DIA	88	66	2	R\$ 25.946,00

DESTAQUES	DIAS	HORÁRIOS	CITACÕES (S") POR MÊS	COMERCIAIS (30") POR MÊS	COTAS	PATROCÍNIO TOTAL (30")
DESTAQUE GFM	SEG/SEX	03 EDIÇÕES POR DIA	66	66	1	R\$ 24.093,00
DOUBLE MOMENTS	SEG/SEX	03 EDIÇÕES POR DIA	66	66	1	R\$ 24.093,00

CONDIÇÕES DE COMERCIALIZAÇÃO

- > A GFM 90.1 oferece ao mercado soluções de mídia diferenciadas como patrocínios de programas, informes e projetos customizados.
- > O horário comercial utilizado para entrega de comerciais dos patrocínios de programas é das 09h às 22h, de segunda a domingo.
- > Comerciais com duração não superior a 30 segundos, serão cobrados de acordo com o valor correspondente à primeira colocação pedida independentemente superior à sua duração.
- > Substituição de comerciais em tempo real, serão cobrados de acordo com o valor correspondente à primeira colocação pedida independentemente superior à sua duração.
- > Para irradiação de spots novos serão cobrados 72h para aprovação de crédito.
- > Todo cancelamento de spots deverá ser feito por escrito, com um mínimo de 15 dias de antecedência.
- > A entrega do material (PDF e/ou WAV) deverá ser feita até as 18h do último dia útil antes do início da irradiação.
- > A entrega de spots deverá ser feita até as 18h do último dia útil antes do início da irradiação.
- > Condições de pagamento: 15 dias úteis e mais de 15 dias de irradiação.
- > A GFM 90.1 reserva o direito de, amparado pelo Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária e/ou recomendação do Curyr, recusar e irradiação de comerciais que estejam em desacordo com as normas ABRA e/ou legislação que regem a atividade.

BREAK EXCLUSIVO

Intervalo criado especialmente para a irradiação de um link comercial. Nenhuma outra marca, produto ou anunciante dividirá a atenção do ouvinte.

Horários: Programa das Sete (7h-10h) e Happy Hour (17h-19h).

- Dias da semana: segunda a sexta-feira

- Formatos: 30" ou 60"

- Nº de inserções: 01 inserção direta por programa, com uma compra mínima de 20 inserções, no período de 10 dias.

FORMATOS

BREAK EXCLUSIVO 10" R\$ 700,00 30" R\$ 1.400,00

DETERMINADO	COMERCIAIS	30"
FAIXA HORÁRIA (06h às 15h)	R\$	350,00
FAIXA NOTURNA (20h à 0h)	R\$	312,00
	R\$	155,00

CONVERSÃO DE SECUNDAGEM
5" = R\$ 0,30
10" = R\$ 0,45
15" = R\$ 0,75
45" = R\$ 1,75
60" = R\$ 2,00

ENVIO DE MATERIAL

Formatos: MP3 e/ou WAV

opcc@fm90.1.com.br

BAHIA

DEPARTAMENTO COMERCIAL

Rua Aristides Novis, 123, Federação, CEP 40.210-630

Tel.: (71) 3203.1802/1403/1803/1814/1178/1992/2317/3191/1385

QPEC

Tel.: (71) 3203.1174/1329/1453/1044

BRASÍLIA

MAIS COMUNICAÇÃO

SOM, Cláudia D2, Bloco "D" - Sala 332, Torre "A", Ed. Centro Empresarial Liberty Mall, CEP 70.712-903

Tel.: (61) 3528-5683 / 99208.1891

SÃO PAULO

ESCRITÓRIO NDC BAHIA

escribio_ndc@red90.1.com.br

publicidade@escribio_ndc.com.br

desatiba.nucleo@escribio_ndc.com.br

Tel.: (11) 99993.5065 / (11) 99998.3064

RIO DE JANEIRO

ESTILO COMUNICAÇÕES

Av. das Américas, 3.685, Loja 241, Barra da Tijuca, CEP 22.431-003

Tel.: (21) 2495.9313 / 99484.6589

CONDIÇÕES

Os valores de irradiação são baseados em 30 segundos.

Especial GFM: entrega somente aos sábados e domingos.

Free Spots: entrega somente na modalidade programada.

TABELA DE PREÇOS

PROGRAMA	GENÊRO	DIAS	PERÍODO	CRONOGRAMA 1ª ETAPA	CRONOGRAMA 2ª ETAPA	CRONOGRAMA 3ª ETAPA	VALOR PONTUAL	VALOR MENSAL
MADRUGADA PIATÁ	MUSICAL	TODOS OS DIAS	02H ÀS 05H	270	180	100	02	R\$ 11.826,00
HORA DA FÉ	RELIGIOSO	SEG. À SEX.	05H ÀS 06H	86	44	96	02	R\$ 13.594,00
PHOTICIAS	JORNALISMO	SEG. À SEX.	06H ÀS 09H	198	88	88	04	R\$ 23.168,00
BOM DIA AMIZADE	MUSICAL	SEG. À SEX.	09H ÀS 12H	198	88	66	04	R\$ 23.168,00
TOP 10 PIATÁ	MUSICAL	SEG. À SEX.	12H ÀS 13H	66	44	88	04	R\$ 13.078,00
TARDE LIVRE	MUSICAL	SEG. À SEX.	13H ÀS 17H	198	88	66	04	R\$ 22.503,00
TOP 10 PIATÁ 2ª ED.	MUSICAL	SEG. À SEX.	17H ÀS 18H	66	44	66	04	R\$ 13.078,00
BUXIÃO	VARIEDADE	SEG. À SEX.	18H ÀS 19H	66	44	88	04	R\$ 17.721,00
MOMENTOS DE AMOR	VARIEDADE	DOM. À QUIL.	21H ÀS 02H	330	220	66	04	R\$ 19.384,00
ESQUENTE PIATÁ	MUSICAL	TODA SEX.	21H ÀS 02H	75	50	88	02	R\$ 14.980,00

Piatá FM94.3

TABELA DE PREÇOS 2023

TABELA DE PREÇOS

PROGRAMA	GENÊRO	DIAS	PERÍODO	CRONOGRAMA 1ª ETAPA	CRONOGRAMA 2ª ETAPA	CRONOGRAMA 3ª ETAPA	VALOR PONTUAL	VALOR MENSAL
HORA CERTA ÍMPAR	INFORMATIVO	TODOS OS DIAS	06H ÀS 23H	300	300	00	02	R\$ 28.968,00
HORA CERTA PAR	INFORMATIVO	TODOS OS DIAS	06H ÀS 08H	300	300	00	02	R\$ 28.968,00
MOMENTO PHOTICIAS	INFORMATIVO	TODOS OS DIAS	09H ÀS 17H	388	338	00	04	R\$ 32.457,00
SABADÃO	MUSICAL	TUDO SÁB.	06H ÀS 10H	40	40	88	04	R\$ 14.416,00
SÁBADO	MUSICAL	SÁB. E DOM.	10H ÀS 13H	72	72	88	06	R\$ 19.980,00
PARALELO 94	MUSICAL	SÁB. E DOM.	13H ÀS 14H	24	16	68	04	R\$ 13.213,00
ESTACÃO 94	MUSICAL	SÁB. E DOM.	14H ÀS 18H	96	88	68	04	R\$ 16.456,00
BOTECO PIATÁ	MUSICAL	SÁB. E DOM.	18H ÀS 19H	24	16	88	04	R\$ 13.213,00
MISERÁVEL	MUSICAL	SÁB. E DOM.	SÁB. 19H ÀS 22H DOM. 19H ÀS 21H	60	40	88	04	R\$ 14.461,00
BALÃO PIATÁ	MUSICAL	TUDO SÁB.	22H ÀS 23H	12	08	88	04	R\$ 12.797,00

Piatá FM94.3

TABELA DE PREÇOS 2023

9

A

6

2

INFORMAÇÕES DO DEPARTAMENTO COMERCIAL

TABELA DE PREÇOS

SEGUNDOS	DETERMINADO	ROTATIVO 06H AS 20H	INDETERMINADO
15"	R\$ 232,00	R\$ 185,00	R\$ 161,00
30"	R\$ 389,00	R\$ 247,00	R\$ 201,00
45"	R\$ 464,00	R\$ 372,00	R\$ 303,00
60"	R\$ 618,00	R\$ 494,00	R\$ 402,00

- Condição de pagamento: 15 dias fora o mês da veiculação.
- A autorização deverá ser entregue até as 17h do dia útil anterior ao início da veiculação.
- Envio de material em formato mp3 até as 18h do dia útil anterior à veiculação para o endereço opec@radiopiata.com.br
- O cancelamento de autorizações só poderá ser feito com um prazo mínimo de 10 dias úteis de antecedência ao início da veiculação da referida autorização.
- Para veiculação de formatos acima dos 60", formatos diferenciados, ou projetos customizados o departamento comercial deve ser consultado.
- Para o formato de 90", considerar 3x o valor de 30"
- Para o formato de 120", considerar 4x o valor de 30"
- Clientes novos passarão por avaliação de crédito e cadastro para início da veiculação.
- Enviar o material com título do spot e número do PI nomeando o arquivo.
- É de direito da Piata Fm avaliar e recusar a veiculação de qualquer material que esteja fora dos padrões e normas técnicas e éticas que regem a atividade publicitária no país.
- Para o formato de 5" utilizado em projetos comerciais é considerada a conversão de 37,5% do comercial de 30"
- Multiplicidade de marca: cobrança de 10% a cada marca. *Comercial de 15" corresponde a 0,75x 30" / Comercial de 45" corresponde a 1,5x 30" / Comercial de 60" corresponde a 2x 30"



TABELA
PREÇOS
2023

BOLETINS ESPECIAIS



TEMPO	DATA	TEMPO	TEMPO DE VEICULAÇÃO	PREÇO DE VEICULAÇÃO	PIA DE 2023	PIATA MENSAIS
INFORMATIVO	SEX A SEX	06H AS 19H	110	110	04	R\$ 14.916,00

TEMPO	DATA	TEMPO	TEMPO DE VEICULAÇÃO	PREÇO DE VEICULAÇÃO	PIA DE 2023	PIATA MENSAIS
INFORMATIVO	SEX A SEX	06H AS 19H	132	132	04	R\$ 17.899,00

boletim de
TRANSIÇÃO



TABELA
PREÇOS
2023

9



J.

A

G
C

TABELA DE PREÇO - 2023
RÁDIO AM/FM- INTERIOR.BA



Cidade	Emissora	Programa	Formato	Valor Negociado
Alagoinhas	Digital FM	Pauta Livre (05:30 às 08:00) - Seg a Sex - Ailton Borges	Testemunhal de 60"	R\$ 169,00
Barreiras	Jovem Pan FM	Patrulha RB (07:30 às 10:00) - Seg a Sex - Marcelo Ferraz	Testemunhal de 60"	R\$ 364,00
Camaçari	Lider FM	De Olho na Cidade (06:00 às 09:00) - Seg a Sex - J. Freitas	Testemunhal de 60"	R\$ 169,00
Feira de Santana	Sociedade AM	Acorda Cidade - Diton Coutinho (06:00 às 09:00) - Seg. os Sáb	Testemunhal de 60"	R\$ 286,00
Itabuna	Difusora AM	Na Boca do Povo (12:30 às 14:00) - Seg a Sex - Gerdan Rosário	Testemunhal de 60"	R\$ 143,00
Luis Eduardo Magalhães	Maderna FM	Musica em Pauta- (12:00 às 13:00) - Seg a Sex	Testemunhal de 60"	R\$ 123,50
Teixeira de Freitas	Caraipe FM	Comando Geral - (07:00 às 09:00) - Seg à Sex - Fernando Moulin	Testemunhal de 60"	R\$ 156,00
Vitória da Conquista	Clube FM	Resenha Geral (12:00 às 13:00) - Herzen Gusmão	Testemunhal de 60"	R\$ 135,20
				R\$ 130,00
				R\$ 280,00
				R\$ 130,00
				R\$ 220,00
				R\$ 110,00
				R\$ 95,00
				R\$ 120,00
				R\$ 104,00

TABELA DE PREÇO - 2023
RÁDIO AM/FM- INTERIOR.BA

27/04/2023
10:00:00
10:00:00
10:00:00

IBICARAI	CACAU FM	Indeterminado	Rs	Rs
ILHÉUS	BAHIANA AM	Yô Seço	27,50	55,00
		Conta Sorriso, Conta Nordeste (seg a sáb 5h às 7h - telecruzado)	18,00	36,00
		Na Boca do Povo (7h - 8:30 seg a sábado - Garden Rogério)	18,00	36,00
		A Hora da Verdade - 17 às 14h Seg a Sáb - Luke Rei	18,00	36,00
		Tropa de Elite 16 às 18h seg a sexta	18,00	36,00
		Indeterminado	18,50	37,00
		Alerta Geral (07h-09h) - Clá Gomes - Segunda a Sábado	42,00	84,00
		J. Carlos (12h às 14h - Segunda)	42,00	84,00
		Indeterminado	18,25	36,50
		Indeterminado	24,50	49,00
ITABUNA	DIFUSORA AM (2ª com 14,4%)	Informe Geral - das 12h00 às 13h00 - Javier Soares	15,50	31,00
		Telúctero (07h00 - 08h00) - Vilanova	15,50	31,00
		Indeterminado	24,20	48,40
		Indeterminado	14,50	29,00
		Indeterminado	19,25	38,50
		Rotinha (7h às 10h)	14,50	29,00
		O Crime não rememora (Seg a sexta - 15h às 18h) Ozil Araújo	33,00	66,00
		Ressurreição (10h às 12h) - Roberto de Souza - SÁBADO	36,50	73,00
		Na Boca do Povo (12-30 às 14h) - Garden Rogério	36,50	73,00
		Programa R&I (7h às 9h) - Cyndia Carolina	20,00	40,00
CAMACAN	REGIONAL SUL FM	Indeterminado	18,00	36,00
		Show de Notícias (6h00 - 10h00) - Tarquinio Lima - Sábado	20,00	40,00
CANAVIEIRAS	ATALAIA AM	Indeterminado	15,50	31,00
		Indeterminado	27,50	55,00
ITAJUPE	COSTA SUL FM 89.3	Indeterminado	15,50	31,00
		Indeterminado	27,50	55,00
ITUBERA	LITORAL FM (Principal rádio de Camamu)	Indeterminado	17,60	35,20
		Indeterminado	27,60	55,20
VALENÇA	VALENÇA FM	Indeterminado	15,50	31,00
		Coração Barbaqueano - seg a sexta 06 às 08h	17,30	34,60
		Bom dia com a galera - seg a sexta 08 às 09h	17,30	34,60
		Sucesso do Povo 09 às 11h	17,30	34,60
		As mais lindas seg a sexta 11 às 12h	17,30	34,60
		Bom Dia mais seg a sexta 12 às 13h	17,30	34,60
		Toda a Tarde seg a sexta 13 às 14h	17,30	34,60
		Sardento e Fôrça seg a sexta 15 às 20h	17,30	34,60
		Tropa de Elite seg a sexta 20 às 23h	17,30	34,60
		Condições e Emoções seg a sexta 23 às 00h	17,30	34,60
EUNÁPOLIS	ATIVA FM (2ª com 20,3%)	Indeterminado	15,50	31,00
		Indeterminado	15,50	31,00
		Prog. Rádio Show (06h00 - 12h00) - Paulo Henrique (1o colocado com 3,3%)	24,20	48,40
		Prog. Sociedade Anônima (12h às 14h) - John Santos (2o colocado com 3,3%)	24,20	48,40
PORTO SEGURO	PORTO BRASIL FM OU 88 FM	Indeterminado	13,50	27,00
		Indeterminado	18,50	37,00
ITAMARAJO	TERRAMAR FM (1ª)	Indeterminado	24,76	49,52
		Fala Povo (12h-13h00) - Sivaldo (1o colocado com 7,05%)	11,00	22,00
		Rota 92 (13h-14h) - Ramon Santana (2o colocado com 5,37%)	11,00	22,00
ITABELA	EXTREMO SUL AM (3ª)	Indeterminado	11,00	22,00
		Indeterminado	20,00	40,00
MUCURI	PATAXÓS FM	Indeterminado	16,50	33,00
		Indeterminado	24,50	49,00
MEDEIROS NETO	ABROLHOS FM	Indeterminado	16,50	33,00
		Programa Fortunaço (16h-19h) - Beto Ramos (1o colocado - 26,50%)	16,50	33,00
TEIXEIRA DE FREITAS	SUCESSO FM	Indeterminado	16,50	33,00
		Indeterminado	29,70	59,40
		Indeterminado	29,70	59,40
MUCURI/ITABAYANI	ALVORADA AM (3a com 9,6%)	Indeterminado	29,70	59,40
		Indeterminado	29,70	59,40
SANTA CRUZ DE CARRALIA	DIFUSORA AM	Indeterminado	29,70	59,40
		Indeterminado	29,70	59,40
ITARANTIM	3 CORAÇÕES FM	Indeterminado	29,70	59,40
		Indeterminado	29,70	59,40
CAETITE	EDUCADORA AM - (1a com 33,6%)	Indeterminado	17,60	35,20
		Indeterminado	16,50	33,00
		Indeterminado	16,50	33,00
		Show da Manhã (06h30 - 11h00) - Pedro Silva (1o colocado - 7,1%)	16,50	33,00



MEIO: RÁDIO AM/FM
FORMATO: SPOT DE 30"/60"

TABELA DE PREÇO - 2023 RÁDIO AM/FM- INTERIOR.BA

2226-1990/0001-78
INTEGRA RÁDIO AM/FM INTERIOR.BA
R. SERRANA, 100 - JARDIM SÃO CARLOS
41.100-000 - SALVADOR - BA
CNPJ: 06.940.888/0001-00
Inscrição Estadual: 13.012.110/0001-00
Inscrição Municipal: 13.012.110/0001-00

MATA DE SÃO JOÃO	SAUÍPE FM		R\$	R\$
		Indeterminado	14,50	29,00
		Cidade Viva (07h - 09h00) - Silmara Elbery	20,60	41,20
CAMAÇARI	LIDER	Indeterminado	20,60	41,20
		De Olho na Cidade (6h as 9h) - J. Freitas	39,93	79,86
		O Povo quer saber (12h as 14h) - Edson Santarini	39,93	79,86
CATU	OURO NEGRO FM	Indeterminado	20,35	40,70
VERA CRUZ	ROMANTICA FM - CRUZEIRO	Rotativo - CRUZEIRO	43,92	87,84
POJUÇA	POJUÇA FM - 105.7	Indeterminado	46,59	93,17
DIÁS D'AVILA	SERRANA FM	Indeterminado	21,96	43,92
	RENATO FECHINE	Renato Fechine Show	19,97	39,93
		Baiana Livre - 12h às 14h	39,93	79,86
CANDEIAS	BAIANA FM	Bahia pra frente 07 as 08 - Sáb	39,93	79,86
		Fala Comigo 08 as 09h	39,93	79,86
		Bahia no Ar - 17-18h	39,93	79,86
		Raio X - 16 a 19h (Direto - Cristovão Rodrigues)	39,93	79,86
		Indeterminado	23,96	47,92



MEIO: RÁDIO AM/FM
FORMATO: SPOT DE 30"/60"

TABELA DE PREÇO - 2023 RÁDIO AM/FM- INTERIOR.BA

2226-1990/0001-78
INTEGRA RÁDIO AM/FM INTERIOR.BA
R. SERRANA, 100 - JARDIM SÃO CARLOS
41.100-000 - SALVADOR - BA
CNPJ: 06.940.888/0001-00
Inscrição Estadual: 13.012.110/0001-00
Inscrição Municipal: 13.012.110/0001-00

BOM JESUS DA LAPA	BOM JESUS AM (2ª com 22,3%)		R\$	R\$
		Indeterminado	16,60	33,00
		Jornal da Hora (12h-12h45) - Souza Soares - Segunda a Sexta	20,60	41,20
		Show da Manhã (08h-11h)	20,60	41,20
		Manhã Sertaneja (05h-07h) - Zé Donzelo - Segunda a Sábado	20,60	41,20
	BAIANA FM (1ª com 42,4%)	Indeterminado	15,70	31,40
		Balanco Esportivo 4ª e 5ª as 18h	15,70	31,40
		CONSUL TEC Notícias - Dom 08:30 as 09:30	15,70	31,40
		Jornal da Integração Regional (6 as 10h)	15,70	31,40
IBOTIRAMA	IBOTIRAMA FM	Indeterminado	13,75	27,50
		Programa Show do Meio dia (12h-13h) - Marcelo Brito - Segunda a Sexta	13,75	27,50
SERRA DO RAMALHO	RD SUCESSO	Programa Show do Sertão (05h-07h) - Sidney Santos - Segunda a Sexta	13,75	27,50
	CIDADE	Falsa Hora	15,00	30,00
Luis Eduardo Magalhães	MODERNA FM	Indeterminado - Caterine 77 9971-9045	19,25	38,50
		Jornal da Moderna - 7h30 a 8h30- Seg a sex	22,50	45,00
		Musica em Pauta - 12h0 a 13h0- Seg a sex	22,50	45,00
		Modemlight - 20h0 a 23h0- Seg a sex	22,50	45,00
		Falsa Hora	17,00	34,00
BARREIRAS	BARREIRAS AM - (1ª com 33,3%)	Indeterminado	35,72	71,44
		Pádua FB (07h30-10h) - Marcelo Ferraz (fo colocado com 5,76%)	33,50	67,00
		RB Esporte (13h00 - 14h00) - J. Silva (fo colocado com 3,61%)	33,50	67,00
	VALE DO RIO GRANDE AM (2ª com 5,5%)	Vale do Povo 11 as 13h	20,00	40,00
	TRANSAMERICA (LIDER FM) (3ª com 7,8%)	Indeterminado	19,25	38,50
		Indeterminado	35,50	71,00
STA. MARIA DA VITÓRIA	RIO CORRENTE AM	Indeterminado	13,75	27,50
	RIO ALEGRE FM OU SANTA MARIA FM	Amanhecer no Sertão 04 as 08h seg e sexta	13,50	27,00
	PLANALTO AM - CRUZEIRO	Indeterminado	13,75	27,50
CORRENTINA	CARCIÁ FM (1ª com 31,7%)	Indeterminado - Caterine 77 9971-9045	18,27	36,53
		Proc. Amanhecer no Sertão (06h as 08h) - Adelferto (fo colocado com 4,87%)	11,00	22,00
		Cito 97 Show Line (08h-11h) - Eliano Neves - Segunda a Sáb	11,00	22,00
		Indeterminado	11,00	22,00

9

8

CA



MEIO: RÁDIO AM/FM
 FORMATO: SPOT DE 30"/60"

TABELA DE PREÇO - 2023
RÁDIO AM/FM- INTERIOR.BA

0720-101000178
 0720-101000178
 0720-101000178

CARINHANHA	PONTAL FM	Indeterminado	R\$ 20,80	R\$ 41,20
RIACHO DE SANTANA	N. SRA GUADALUPE AM	Jornal 1ª Hora (07h-08h) - Duas Semanas - Segunda a Sexta	R\$ 20,80	R\$ 41,20
	JORNAL AM (2a com 14,2%)	Indeterminado	R\$ 11,00	R\$ 22,00
ITAPETINGA	FASCINACAO AM (1a com 31,0%)	Sertão Moderno (05h-07h) / Fênix Moderna (17h-18h) - Edison Lima (13,1%)	R\$ 32,75	R\$ 65,50
	FM CIDADE (3a com 11,4%)	Na Boca do Povo - Sulpício Neto (2o colocado - 9,4%)	R\$ 12,30	R\$ 24,60
ITORORÓ	ITAPUY FM	Indeterminado	R\$ 10,00	R\$ 20,00
MACARANI	TRANSAMERICA FM (RÁDIO ALIANÇA)	Indeterminado	R\$ 34,50	R\$ 68,90
JAGUARUARA	EDUCADORA AM	Prog. Itapuy Notícias (12h30 às 13h) com Fabrício Carneiro	R\$ 27,50	R\$ 55,00
BRUMADO	ALTERNATIVA FM (líder com 38,8%)	Indeterminado	R\$ 13,75	R\$ 27,50
LIVRAMENTO DE NOSSA SENHORA	PONTAL FM	Indeterminado	R\$ 11,00	R\$ 22,00
ITUACU	LIDER FM OU GRUTA DA MANGABEIRA 103,5 FM	Jornal da Alternativa (11h-13h) - Carlos Silva ou tatá (1o colocado com 19,4%)	R\$ 16,60	R\$ 33,20
	96 FM OU GUANAMBI FM	Indeterminado	R\$ 15,35	R\$ 30,65
GUANAMBI	CULTURA FM (1a com 28,60%)	Momento Cidade - 12h - 13h	R\$ 27,50	R\$ 55,00
	ALVORADA AM (3a com 3,9%)	Indeterminado	R\$ 16,00	R\$ 32,00
MACAUBAS	MACAUBAS FM OU FM MACAUBENSE 103,9 FM	Indeterminado	R\$ 18,80	R\$ 37,60
IBICÍ	RÁDIO GUARANI FM	Alô Cidade (seg/sex 07h-08h30) - Clóves Junior (2o col. 11,84%)	R\$ 24,50	R\$ 49,00
PÓCOES	POVO AM (BELA VISTA)	Indeterminado	R\$ 16,30	R\$ 32,60
	CIDADE FM	Fernando Alves Repórter (seg/sex 07h-08h30) - F. Alves (1o col. 14,72%)	R\$ 16,50	R\$ 33,00
VITÓRIA DA CONQUISTA	CLUBE FM (96 FM)	Bom Dia Cidade (7 às 9) Val Rodrigues - Comendo G. José R. Teixeira	R\$ 25,30	R\$ 50,60
	TRANSAMERICA HITS FM (1o c/ 22,8%)	Indeterminado	R\$ 23,10	R\$ 46,20
	BRASIL FM (3a c/ 7,5%)	Prog. Resenha Geral (12h às 13h) - Marjão Guembo (comunicador líder)	R\$ 70,00	R\$ 140,00
	BAND FM (2a com 17,8%)	Indeterminado	R\$ 19,25	R\$ 38,50
	93 FM (1a com 35,8%)	Conquista Meio Dia - Luis Carlos Durán 77 8624-0453 / 8666 - 8694	R\$ 16,50	R\$ 33,00
	CIDADE SOL FM - 94,9 (2a com 12,8%)	Indeterminado	R\$ 17,50	R\$ 35,00
	JEUQUE FM - 89,7	Programa Conquista para Todos - Eikon Becker (18h-19h00)	R\$ 18,70	R\$ 37,40
	POVO AM (4a com 3%)	Indeterminado	R\$ 9,35	R\$ 18,70
	EDUCADORA AM (2a com 9,2%)	Indeterminado	R\$ 27,50	R\$ 55,00
IPIAÚ	91 RIO NOVO FM ou IPIAÚ FM (1a com 57,5%)	Prog. Oswaldo Batista (08h-09h00) - Oswaldo Batista (1o colocado - 5,5%)	R\$ 23,00	R\$ 46,00
		Indeterminado	R\$ 26,00	R\$ 52,00
		Programa Amigos da Saúde - 7h às 8h - SABADO	R\$ 26,40	R\$ 52,80
		Indeterminado	R\$ 27,50	R\$ 55,00
		Indeterminado	R\$ 18,70	R\$ 37,40
		Notícias em Foco	R\$ 20,60	R\$ 41,20
		Programa Panorama 81 FM Seg e sexta	R\$ 26,60	R\$ 53,20
		Indeterminado	R\$ 16,50	R\$ 33,00

TABELA DE PREÇO - 2023
RÁDIO AM/FM- INTERIOR.BA

7281100000000
10/2023
RÁDIO AM/FM- INTERIOR.BA

Município	Estação	Programa	Horário	Classificação	Preço
UTINGA	CULTURA AM	Show da Manhã (09h-12h) - Fred Maia - Segunda a Sexta	09h-12h	RS	15,50
SOUTO SOARES	JORNAL AM	Jornal da Manhã (07h-08:30)	07h-08:30	RS	30,00
MORRO DO CHAPÉU	BRIHANTE FM	Letras de Criança (04h-08:30)	04h-08:30	RS	30,00
MONTE SANTO	PIQUARACA FM (MONTE SANTO FM)	Jornal da Manhã (07h-08:30)	07h-08:30	RS	30,00
CONCEIÇÃO DO COITÉ	SABÁ FM	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00
SERRINHA	CONTINENTAL AM (2ª com 13,8%)	Esporte Total (14h-15h)	14h-15h	RS	30,00
TUCANO	TUCANO FM	Show de Terça (15h-18h)	15h-18h	RS	30,00
MUTUPE	MUTUPE FM ou INTERATIVA FM (1ª com 50,6%)	AM Doutor 9 (18h-19h)	18h-19h	RS	30,00
RUI BARBOSA	RUI BARBOSA FM	Jornal da Manhã (07h-08:30)	07h-08:30	RS	30,00
ITABERABA	DIAMANTINA FM - (1ª com 27,7%)	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00
AMARGOSA	BAHIANA AM - (3ª com 8,4%)	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00
PERITIBA	AYMORE FM (1ª em Amargosa)	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00
RIACHÃO DO JACUPE	JACUPE AM	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00
IPIRA	IPIRA FM (1ª com 78,6%)	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00
MAIRI	MORRO VERDE AM	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00
VARZEA DO NOCO	VIVA VOZ FM	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00
ESPLANADA	BRISA MAR FM	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00
CORAÇÃO DE MARIA	RÁDIO CORAÇÃO DE MARIA FM (3 corações FM)	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00
RIBEIRA DO POMBAL	EDUCADORA AM (1ª com 40,30%)	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00
ITAPICURU	LÍDER FM OU GRUTA DA MANGEIRA	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00
ALAGOINHAS	DIGITAL FM (1ª com 16,6%)	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00
RIO REAL	RIO REAL FM	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00
FEIRA DE SANTANA	SUBAÉ AM (2ª com 15,3%)	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00
FEIRA DE SANTANA	PRINCESA FM (4ª com 4,3%)	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00
FEIRA DE SANTANA	SOCIEDADE AM (2ª com 15,3%)	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00
FEIRA DE SANTANA	POVO AM	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00
FEIRA DE SANTANA	NORDESTE FM (2ª com 8,1%)	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00
FEIRA DE SANTANA	CULTURA AM	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00
FEIRA DE SANTANA	TRANSAMÉRICA FM (5ª com 2,6%)	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00
SÃO GONÇALDO	JOVEM PAN 100 FM	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00
SÃO GONÇALDO	SÃO GONÇALDO AM	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00
TERRA NOVA	TERRA NOVA FM (1ª com 37,3%)	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00
CASTRO ALVES	CASTRO ALVES FM	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00
STO. ANTÔNIO DE JESUS	ANDARAÍ FM (2ª com 31,6%)	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00
STO. ANTÔNIO DE JESUS	CLUBE AM (3ª com 6,6%)	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00
SANTO AMARO	RECOMCAVO FM (1ª colocada)	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00
CACHOEIRA	SANTO AMARO FM (1ª com 21,7%)	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00
CRUZ DAS ALMAS	ALVORADA AM	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00
MURITIBA	TRANSAMÉRICA (LIDERANÇA FM)	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00
NAZARÉ DAS FARINHAS	RÁDIO VOX AM (5ª com 3,4%)	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00
NAZARÉ DAS FARINHAS	CRUZEIRO FM	Canal da Gente (12h-14:00)	12h-14:00	RS	30,00

Handwritten signature and initials.

55

TABELA DE PREÇOS OUTDOOR

OUTDOOR - PRAÇA SALVADOR VALOR POR BI-SEMANA			
ROTEIRO PRAÇAS	SIMPLES	DUPLA	TRÍPLA
PREMIUM ILUMINADA	R\$ 9.768,00	R\$ 25.542,00	R\$ 38.200,00
PREMIUM	R\$ 6.512,00	R\$ 17.028,00	R\$ 25.520,00
STANDARD ILUMINADA	R\$ 6.880,50	R\$ 17.919,00	R\$ 26.730,00
STANDARD	R\$ 4.587,00	R\$ 11.946,00	R\$ 17.820,00

OUTDOOR - PRAÇAS LAURO DE FREITAS - SIMÕES FILHO - CAMAÇARI VALOR POR BI-SEMANA	
ROTEIRO PRAÇAS	ROTEIRO METROPOLITANA DE SALVADOR
VALORES (R\$) CARTAZ SIMPLES	R\$ 2.310,00

Av. Centenário, nº 2411, Condomínio Empresarial
Centenário, salas 405 a 407 - Salvador-BA.
www.impactooutdoor.com.br/impactooutdoor

Impacto
outdoor

OUTDOOR

CONCORRÊNCIA

A Impacto Exibidora de Cartazes Ltda sempre que possível procurará separar os cartazes de produtos concorrentes com a distância mínima de 01 (um) outdoor. Para assim proceder, as agências deverão informar com a antecedência necessária os produtos que deverão ser veiculados e a que categoria pertencem. No entanto, nos casos em que houver mais cartazes concorrentes programados do que locais tecnicamente disponíveis para veiculação, a Impacto Exibidora de Cartazes Ltda não terá outra alternativa senão a de exibi-los lado a lado.

ENTREGA DE MATERIAL

Os cartazes a serem exibidos devem ser entregues na Impacto Exibidora de Cartazes Ltda até as 18 horas da quinta-feira anterior ao início da Bi-Semana, com acréscimo de 10% na quantidade para reposição que eventualmente ocorra no período da exibição. Não serão aceitos descontos gerados por falta do excedente para reposição. Recomenda-se que no período de abril a junho seja produzida uma quantidade maior de reposição (20%). Um reprint do layout deverá acompanhar os cartazes para orientação durante o processo de colagem.

Os cartazes entregues após o fechamento estipulado serão exibidos 2 dias após a sua entrega, dentro do limite da Bi-Semana, sem posterior compensação ou abatimento.

COLART

ARTECOLA - Colagens de Cartazes Publicitários.

CNPJ: 33.707.244.001-68.

Rua Sargento Walmir Bannach, 46, Jardim Plakafor, Itapoã, Salvador-Ba.

Ref.: Atrás da Vila Militar, CEP 41.612-175.

Horário de recolhimento: 6h30 às 17h.

Responsável: Sérgio.

Telefone: (71) 98196.6277.

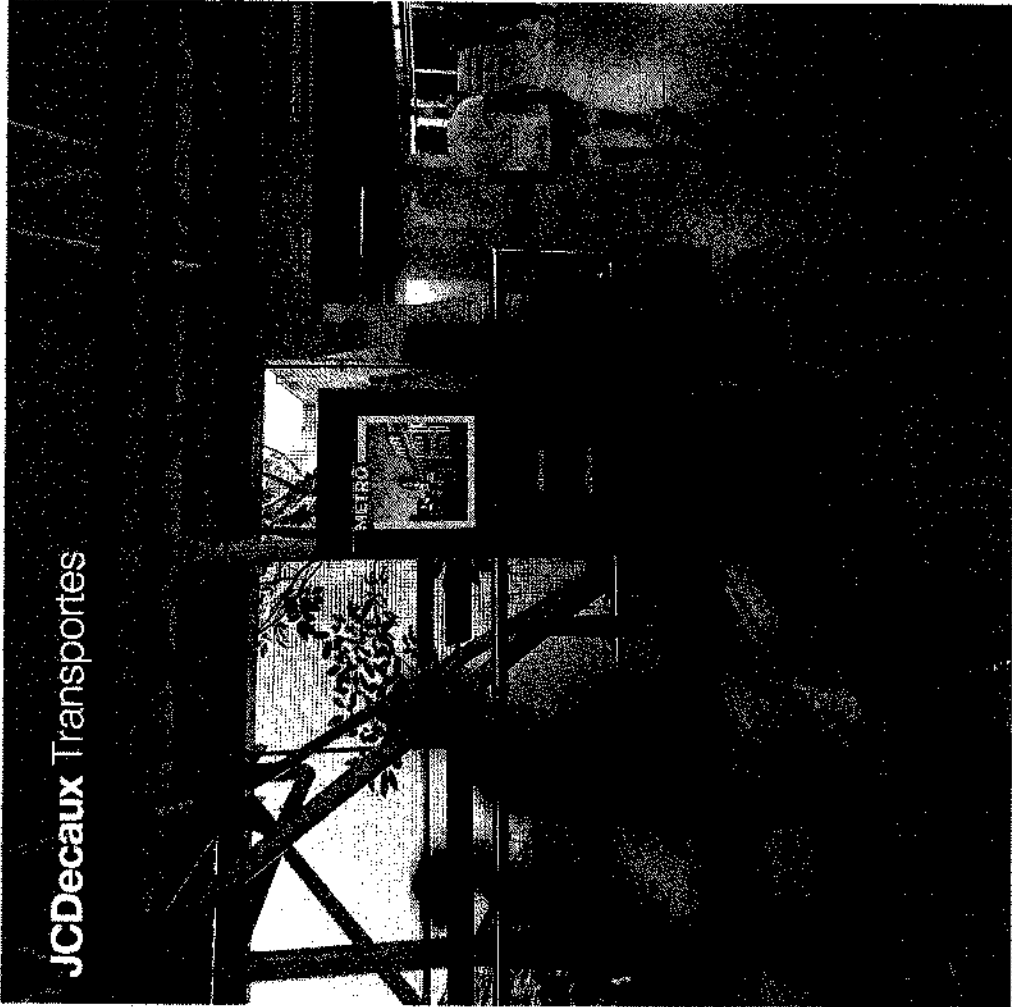
Av. Centenário, nº 2411, Condomínio Empresarial

Centenário, salas 405 a 407 - Salvador-BA.

www.impactooutdoor.com.br/impactooutdoor

Impacto
outdoor

JCDecaux Transportes



100% de materiais reciclados e 100% de energia renovável. JCDecaux Transportes é uma empresa certificada em ISO 9001, ISO 14001 e ISO 26000.



MÍDIA NO METRÔ DA BAHIA

Linhas Vermelha e Azul

Media Offer 2023

Handwritten marks and signatures at the bottom of the page, including a large 'Z' and several initials.

COBERTURA | CIRCUITO ESTÁTICO



PRODUTOS ESTÁTICOS	PERÍODO	VALOR TABELA
MUB ESTÁTICO (Premium)	Semanal	R\$ 1.100,00
MUB ESTÁTICO (Regulares)	Semanal	R\$ 770,00
Banca (Premium)	Quinzenal	R\$ 5.700,00
Banca (Regulares)	Quinzenal	R\$ 4.000,00
Grandes Fluxos (Premium)	Mensal	R\$ 16.700,00
Grandes Fluxos (Regulares)	Mensal	R\$ 11.700,00
Panel Interno (Trem)	Mensal	R\$ 530,00
Sanca (Trem)	Mensal	R\$ 720,00
Trem Adesivado externo (4 Carros)	Mensal	R\$ 160.000,00
Adesivação interna de trem (1 carro)	Mensal	R\$ 38.000,00
Adesivação de catracas (Premium)	Mensal	R\$ 23.900,00
Adesivação de catracas (Regulares)	Mensal	R\$ 16.730,00
Adesivação M2	Mensal	R\$ 800,00
Corredor Acesso Norte (2 lados)	Mensal	R\$ 74.760,00
Grande Formato Acesso Norte 10x2	Mensal	R\$ 38.160,00

Estações Premium
Estação Pirajá
Estação Campo da Polvora
Estação Lapa
Estação Acesso Norte
Estação Rodoviária
Estação Mussurunga
Estação Aeroporto
Estação Pernambucoés

Estações Regulares
Estação Brotas
Estação Pituacú
Estação Tamburugi
Bairro da Paz
Flamboyant
CAB
Imbuí
Detran
Bonacó
Retiro
Bom Juá

TABELA DE SHOPPINGS



Circuito Cobertura

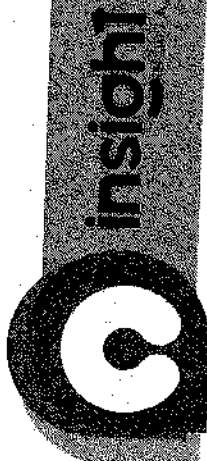
Cidade	Rede	Shoppings	EXIBIDOR	Telas	COTA CHEIA		MEIA COTA		1/3 DE COTA	
					INSERÇÕES/DIA	Valor Semana	INSERÇÕES/DIA	Valor Semana	INSERÇÕES/DIA	Valor Semana
SALVADOR	Enashopp	Barra Shopping	ELEMIDIA	12	R\$ 6.600,00	129	R\$ 3.960,00	86	R\$ 2.970,00	
	JHSF	Bela Vista Shopping	ELEMIDIA	4	R\$ 8.382,00	129	R\$ 5.029,20	86	R\$ 3.771,90	
	Enashopp	Itaigara	ELEMIDIA	7	R\$ 2.112,00	129	R\$ 1.267,20	86	R\$ 950,40	
	Grupo JCPM	Salvador Shopping	ELEMIDIA	13	R\$ 6.897,00	129	R\$ 4.138,20	86	R\$ 3.103,65	
	Saphyr	Paralela	ELETROMIDIA	12	R\$ 7.623,00	129	R\$ 4.573,80			
	Allianse	Shopping da Bahia	ELETROMIDIA	26	R\$ 12.711,60	129	R\$ 7.626,96			

HORARIO DE FUNCIONAMENTO*

Semana Shoppings = Seg à Sab = 10h00 às 22h00 | Dom = 14h00 às 20h00

80

[Handwritten signatures and initials]



PÚBLICO-ALVO: 18-24, ABCD
 PIATÇA: Bahia Etéreo
 Duração: 30 dias

CRONOGRAMA DE ENTREGAS PARA CAMPANHA DE MÍDIA

Objetivo	Tempo	Formato	Plataforma	Entrega Estimada	RS Impressões Bruto	
Tráfego	Search	Rede de Pesquisa (Google Ads) - Buscadores	CPC	R\$ 3,50	1.000 cliques	R\$ 3.500,00
		Rede de Display (DV 360) - Site List	CPM	R\$ 21,00	142.857 impressões	R\$ 3.000,00
Alcance	Display	Rede de Display (DV 360) - Interesses	CPM	R\$ 22,50	200.000 impressões	R\$ 4.500,00
		Rede de Vídeo (DV 360) - APPs	CPM	R\$ 28,50	87.719 impressões	R\$ 2.500,00
Visualização de Vídeo	Social	Facebook / Instagram - Feed de Notícias / Stories / Reels Segmentação: Interesses	CPM	R\$ 14,00	285.714 impressões	R\$ 4.000,00
		Rede de Vídeo (DV 360) - Interesses	CPV	R\$ 0,80	5.000 visualizações	R\$ 4.000,00
		Visualização de Vídeo In-stream Pulável (TrueView)	CPV	R\$ 0,80	4.375 visualizações	R\$ 3.500,00
Total						R\$ 35.000,00

* Entregas estimadas.

61

20



VÍDEO

Cena começa bem embaçada, como se tivesse algo fosco por cima dela. Vemos contornos de pessoas andando e uma palavra no meio da cena que não conseguimos ler.



VÍDEO

A cena rapidamente vai ganhando mais transparência, até vemos com perfeição que a cena está acontecendo nas dependências do Tribunal de Justiça da Bahia, com pessoas diversas. A palavra que está no meio da cena é PRODUTIVIDADE.

LETTERING
PRODUTIVIDADE



VÍDEO

Enquanto acontece a transição da cena sem visibilidade para a cena com visibilidade.

LOC

Quando um tribunal é o mais transparente do Brasil, fica fácil ver que quem ganha é o cidadão.



LOC

Poder Judiciário do Estado da Bahia. Transparência em primeiro lugar.

LETTERING


Transparência em primeiro lugar.

CARROSSEL



 **PODER JUDICIÁRIO
DO ESTADO DA BAHIA**

**Primeiro Lugar
em Transparência
no Brasil**

 **PODER JUDICIÁRIO
DO ESTADO DA BAHIA**

Transparência em primeiro lugar

www.tjba.jus.br  /tjbaoficial  /TribunaJusticaBA


 **PODER JUDICIÁRIO DO ESTADO DA BAHIA**


Primeiro Lugar em Transparência no Brasil

www.tjba.jus.br  /tjbaoficial  /TribunaJusticaBA

 **PODER JUDICIÁRIO DO ESTADO DA BAHIA**

Transparência em primeiro lugar






PODER JUDICIÁRIO DO ESTADO DA BAHIA


Primeiro Lugar em Transparência no Brasil

O Poder Judiciário do Estado da Bahia obteve o primeiro lugar, no Brasil, no Ranking da Transparência do Conselho Nacional de Justiça. Esse resultado não é uma conquista só do Tribunal, mas de todos os baianos. É uma prova do nosso compromisso em facilitar o acesso da sociedade à Justiça. Porque, com mais transparência, o Judiciário se torna mais próximo e mais eficiente, garantindo um serviço de melhor qualidade para a população.



PODER JUDICIÁRIO DO ESTADO DA BAHIA

Transparência em primeiro lugar //

www.tjba.jus.br  /tjbaoficial  /TribunalJusticaBA