



Globo RURAL

As principais notícias do campo de forma leve e didática com reportagens especiais que abordam diferentes questões do universo rural brasileiro. Apresentado por Cristina Vieira, Helen Martins e Nelson Araújo, o Globo Rural é uma ponte entre o campo e a cidade conectando o Brasil ao universo agrícola com qualidade e credibilidade.

A média de audiência do programa é quase

4X MAIOR

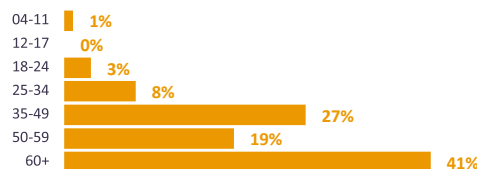
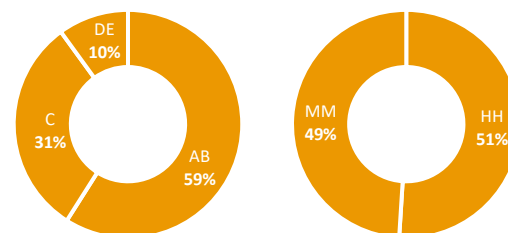
do que a soma de todas as outras emissoras.



SHARE



PERFIL AUDIÊNCIA



NSC TV

DIA: Domingo (inédito) e Sábado (reprise)

HORÁRIO: Domingo 8:40 às 10h15 / Sábado 6:00 às 6h50

DURAÇÃO DO PROGRAMA: 60"

SIGLA: Inédito: GRUD / Reprise: GRUR

PREÇO COMERCIAL 30": Conforme Lista de Preço vigente

COEFICIENTE DE 15": 0,5

GÊNERO: Jornalismo

QUANTIDADE DE COTAS: 02 cotas

APROVEITAMENTO SEMANAL

Quantidade	1 inserção	1 inserção	1 inserção
Opção 1	Abertura 7"	-	Encerramento 7"
Opção 2	Abertura 5"	-	Encerramento 5"
Opção 3	Abertura 3"	Comercial 10"	Encerramento 3"

	VALOR (SEMANA)	VALOR (8 SEMANAS)
Florianópolis	R\$ 1.126	R\$ 9.011
Blumenau	R\$ 700	R\$ 5.606
Joinville	R\$ 676	R\$ 5.411
Criciúma	R\$ 498	R\$ 3.987
Chapecó	R\$ 407	R\$ 3.259
Centro-Oeste	R\$ 335	R\$ 2.684

Observações Comerciais

- O preço do patrocínio é fixo, válido para compras realizadas até Junho de 2025, independente do período de veiculação. Cotas não comercializadas até este prazo, poderão ter atualizações.
- A Globo poderá desenvolver outras oportunidades comerciais (top de 5 segundos, cota de participação, ações no conteúdo etc.).
- O patrocinador local do programa não bloqueia outras ações realizadas no programa;
- Dias e horários de exibição do programa estão sujeitos a alteração.
- As renovações dos patrocínios deverão ser informadas até 28 dias antes da última veiculação contratada. Após este prazo, deixa de existir a prioridade, ficando a cota disponível para negociação com outro anunciante.
- A aquisição mínima estabelecida para compra/renovação seguirá da seguinte forma:
- Programas diários (seg/sex, seg/sáb ou seg/dom): mínimo 4 semanas, sem prioridade de renovação. Obs.: para comercialização a partir de 8 semanas, prioridade de renovação de 28 dias antes do término do contrato;
- Programas semanais (exibição 1 vez por semana): mínimo 8 semanas, com prioridade de renovação de 28 dias antes da última veiculação contratada.
- As caracterizações dos patrocínios (abertura, encerramento, vinheta de passagem, chamadas) da programação de linha deverão seguir as seguintes orientações:
- As caracterizações de patrocínios (vinhetas de abertura e encerramento, vinhetas de passagem e chamadas) destinam-se a identificar o patrocinador de um programa ou evento e deverão divulgar exclusivamente o nome “marca” e o slogan do mesmo;
- Quantidade de palavras permitida para cada vinheta:
- Vinheta de 3" - áudio de até 4 palavras;
- Vinheta de 5" - áudio de até 8 palavras;
- Vinheta de 7" - áudio de até 12 palavras;
- Vinheta de 10" - áudio de até 20 palavras
- Observação: Cronômetro não se aplica para vinhetas, padrão apenas números de palavras.
- É indispensável a identificação do anunciante ou sua marca no início da frase. Considera-se na contagem das palavras qualquer número, artigo, pronome, etc.
- O prazo para recebimento de material para produção de vinhetas (3", 5", 7", 10") é de 2 dias úteis a exibição até as 15h;
- Nenhuma caracterização de programa poderá ter mais de um produto do mesmo patrocinador;
- Vinheta com informações de contato, como telefone, site ou redes sociais, deve ser apresentada em formato de vídeo. É possível inserir discretamente o logotipo das redes sociais, alterado o formato “exemplo altera a cor”;
- Não é permitido multiplicidade em vinhetas;
- Não é permitido Selo de identificação de Órgão Público ou Governo “Federal | Estadual | Municipal”;
- É permitido duas trocas sem custo no mês, a terceira vinheta terá um custo de uma inserção do BPRA local;
- O cliente pode utilizar uma vinheta de abertura e outra de encerramento;
- A possibilidade de sua utilização está condicionada à consulta prévia e aprovação, observando-se restrições de canais e projetos;
- As informações de preço e promoções serão aceitas em áudio e vídeo (desde que observada a quantidade de palavras permitida na vinheta);
- Na locução é permitido ofertas, mas não é permitido citação de marca;
- Possibilidade de mostrar explicitamente preço/oferta na tela (informação vazada sobre fundo original do material, sem tarja ou fundo específico);
- Será aceito apenas um único preço e produto;
- Os preços anunciados devem ser expressos em moeda corrente nacional conforme Artigos 31, 52, 53 em seu parágrafo 3º do CDC;
- Comercial que divulgue venda à prestação deve indicar, de maneira legível, o preço do produto à vista, número e valor das prestações, custo total, taxa de juros e demais encargos financeiros a serem pagos pelo consumidor;
- As ofertas em vídeo devem estar em de ¼ de tela.